

SOCIAL MEDIA AWARENESS AND USAGE IN PRESCHOOL CHILDREN**Özkan SAPSAĞLAM**

*Assist. Prof. Dr., Yildiz Technical University Faculty of Education, ozkaanim@gmail.com
ORCID Number: 0000-0002-9965-5191*

Received: 28.20.2017

Accepted: 19.03.2018

ABSTRACT

The purpose of this research to examine the social media awareness and usage of preschool children. The study was constructed on the descriptive screening model. Purposeful sampling and homogeneous sampling method were used to form the study group. A total of 140 preschool children in an official kindergarten in Tokat province center, consisting of 20 children from three-year-old age group, 40 children from four-year-old age group and 80 children from five-year-old age group participated in the study. Research data were collected to include multiple situations that reflect children's social media awareness and usage. For this, 30 x 30 cm size picture cards showing Facebook, Twitter, Whatsapp, Messenger and Youtube logos from the most used social media applications are prepared. Through individual interviews with children, identification of the logos on the picture cards and usage of the application has been determined. Children's responses were recorded in the data form. Face-to-face interviews were held with five children from each age group who recognized the logos on the cards and open-ended questions were asked to the children about where they saw the application and for what purpose the application is used. Descriptive analysis technique was used in the analysis of research data. Research has proven that majority of the children recognize the social media applications, they try applications from their parents' smartphone, Youtube is the most known and used application, and children use it to watch cartoons and videos.

Keywords: Preschool period, children, technology, social media.

INTRODUCTION

The impact of early childhood on children's future lives is now a recognized reality in the world, and the family environment in which this period has spent is the child's first source of knowledge and experience. Many electronic devices such as televisions, computers, tablets, and smartphone are used in the home environment as it is the physical space that family members live in. Children gain knowledge and experience by interacting with individuals and objects around them.

Children are exposed to many influences that affect their intellectual, social and emotional lives (Veldhuis, Konin, and Seidell, 2012) and the social and cultural environment that they were born to influence them (Ural and Ramadan, 2007). Children learn in different ways around them such as experience, behavior, communication, and interaction (Bronfenbrenner, 1979; Bruner, 1996).

Digital technologies and appliances are rapidly expanding in homes and other environments (Arnott 2013; Arslan, 2017; Lupton 2015). Social networks and chat rooms are attracting children's interest (Freeman-Longo, 2000) and young people use social networks as an important interaction tool (Brignall and Valey, 2005). Children use mobile media more and more each year. The spread of electronic devices is one of the reasons for this. 25% of children in the 0-2 age range and 36% of the children in the 3-5 age range have their own tablets (European Cooperation in Science and Technology (COST), 2016).

Social media are internet based applications created by content users (Gülsoy, 2009; Tuncer, 2013). Social media is an Internet-based application created by ideological and technological institutions where users share their ideas, personal messages, and other content (Kaplan and Haenlein, 2010). Children from three years to six years of age, their mothers and their teachers are actively and increasingly using social media for learning, entertainment, and games (Anand & Krosnick, 2005). In a survey conducted, 88% of participating families indicated that their 24 to 36 month-old children used computers daily (Lauricella, Pempek, Barr and Calvert, 2010). According to the findings of another research, more than half of children under the age of eight are regularly able to access mobile devices at home (Rideout, 2011).

37% of the world's population (2.789 billion) are active social media users. According to the same survey, 60% (48 million) of the population of Turkey are active social media users while the most widely used social media applications in Turkey are Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp, and Messenger (Digital in 2017 Global Overview). Again according to a survey conducted by the Turkish Statistical Institute (2016), Individuals actively using the Internet in Turkey mostly intended to access to social media with a rate of 82,4%. This is followed by watching videos with 74,5%, reading news, newspapers or magazines with 69,5%, getting information about health with 65,9%, getting information about goods and services with 65,5%, and listening to music with 63,7% (Tüik, 2016).

When the respected literature sources are examined, it is observed that middle school, high school, and college students are mostly the subject for the social media usage and habits studies such as the place of digital technology in the daily lives of children and their families (Nikolopoulou and Gialamas, 2015; Shuler, 2009), the impact of digital technologies on children (Parette, Quesenberry and Blum 2010), the effects of mobile devices on the learning of preschool children (McKenney and Voogt, 2012; Zaranis, Kalogiannakis and Papadakis, 2013), digital games (Stephen and Plowman, 2014), usage of social media in preschool family participation (Özding, 2014), social media usage habits of primary school students (Karakoc and Avcı, 2015), the social media usage behavior of middle school and high school students (Alican and Saban, 2013; Otrar ve Argın, 2014; Tosun, 2016), social media usage habits of university students (Bostancı, 2010, Hazar, 2011). However, no study on social media awareness and usage in preschool children has been found in the literature.

The purpose of this research is to examine social media awareness and usage of preschool children. It is thought that the study is important in terms of the absence of a previous research in this regard and the findings of the research.

METHOD

The study is a descriptive screening model because it aims to present the present situation as it exists.

Descriptive research defines a given situation as fully and carefully as possible (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz and Demirel, 2011).

Study Group

A total of 140 children (20 children from three-year-old age group, 40 children from four-year-old age group and 80 children five-year-old age group) participated in the research from an independent kindergarten during the fall semester of the 2016-2017 academic year. All children in the study group are children with normal development. The homogeneous sampling (Patton, 1987), a technique of purposeful sampling, was used to construct the study group.

Gender distribution of children in the study group is as follows: girls (n=10 / 50%), boys (n=10 / 50%) in the age group of three, girls (n=19/ 47,5%), boys (n=21/ 52,5%) in the age group of four, girls (n=38 / 47,5%), boys (n=42 / 52,5%) in the age group of five.

Data Collection

Research data was collected to include multiple instances of children's social media awareness. For this, 30 x 30 cm size picture cards showing Facebook, Twitter, Whatsapp, Messenger and Youtube logos are prepared for the most used social media applications. identification and usage of the logo on picture cards have been determined through individual interviews with children. Children's responses were recorded in the data form.

In addition, face-to-face interviews were held with five children from each age group who recognized the logos on the cards.

In face-to-face interviews with children, the following two questions were asked of the children;

Question 1: Where did you see the application?

Question 2: For what purpose is the application used?

Data Analysis

Descriptive analysis technique was used in the data analysis. Descriptive analysis is an analytical technique in which derived data are summarized and interpreted according to a pre-determined theme, direct citations are used to reflect the opinions of the interviewed individuals in a striking manner, and the results obtained are interpreted within the context of the cause-and-effect relationship (Yıldırım and Şimşek, 2003).

FINDINGS

Findings obtained from the research are given in the form of tables and explanations in this section.

Table 1. Social Media Awareness and Usage of 3-year-old Group

Social Media Awareness and Usage (Age 3)								
Social Media Application	Knows		Doesn't Know		Used		Didn't Use	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Facebook	9	45	11	55	4	20	16	80
Twitter	5	25	15	75	1	5	19	95
Whatsapp	10	50	10	50	-	0	20	100
Messenger	3	15	17	85	1	5	19	95
Youtube	11	55	9	45	7	35	13	65

When the findings in Table 1 are examined, the most known social media applications among the children in 3-year-old group with the highest awareness rate is as follows; Youtube (n=11 / %55), Whatsapp (n=10 / %50), Facebook (n=9 / %45), Twitter (n=5 / %25) and Messenger (n=3 / %15). When we look at the findings regarding the usage of social media applications, the ranking of the usage of social media applications among children in 3-year-old group is as follows; Youtube (n = 7 / % 35), Facebook (n = 4/20%), Messenger (n = 1/5%) and Twitter (n = 1/5%). The level of awareness of social media applications in 3-year-old children was found to be higher than the level of usage.

Table 2. Social Media Awareness and Usage of 4-year-old Group

Social Media Awareness and Usage (Age 4)								
Social Media Application	Knows		Doesn't Know		Used		Didn't Use	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Facebook	19	47,5	21	52,5	5	12,5	35	87,5
Twitter	8	20	32	80	2	5	38	95
Whatsapp	24	60	16	40	10	25	30	75
Messenger	7	17,5	33	82,5	2	5	38	95
Youtube	29	72,5	11	27,5	20	50	20	50

When the findings in Table 2 are examined, social media applications that are most well known among children in 4-year-old group with the highest awareness rate are; Youtube (n=29 / %72,5), Whatsapp (n=24 / % 60), Facebook (n=19 / %47,5), Twitter (n=8 / % 20) ve Messenger (n=7 / %17,5). When we look at the findings regarding the usage of social media applications, the ranking of the usage of social media applications among children in 4-year-old group is as follows; Youtube (n=20 / %50), Whatsapp (n=10 / %25), Facebook (n=5 / %12,5) Messenger (n=2 / %5) ve Twitter (n=2 / %5) şeklinde gerçekleşmiştir. The level of awareness of social media applications in 4-year-old children was found to be higher than the level of usage.

Table 3. Social Media Awareness and Usage of 5-year-old Group

Social Media Awareness and Usage (Age 5)								
Social Media Application	Knows		Doesn't Know		Used		Didn't Use	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Facebook	51	63,75	29	36,25	21	26,25	59	73,75
Twitter	18	22,5	62	77,5	6	7,5	74	92,5
Whatsapp	71	88,75	9	11,25	33	41,25	47	59,75
Messenger	23	28,75	57	71,25	10	12,5	70	87,5
Youtube	61	76,25	19	33,75	53	66,25	27	33,75

When the findings in Table 3 are examined, social media applications that are most well known among children in 5-year-old group with the highest awareness rate are; Whatsapp (n=71 / %88,75), Youtube (n=61 / %76,25), Facebook (n=51 / %63,75), Messenger (n=23 / %28,75) ve Twitter (n=18 / %22,5). When we look at the findings regarding the usage of social media applications, the ranking of the usage of social media applications among children in 5-year-old group is as follows; Youtube (n=53 / %66,25), Whatsapp (n=33 / %41,25), Facebook (n=21 / %26,25) Messenger (n=10 / %12,5) ve Twitter (n=6 / %7,5). The level of awareness of social media applications in 5-year-old children was found to be higher than the level of usage.

Table 4. Where Children See Social Media Applications

Age 3 Social Media Awareness and Usage (Descriptive Expressions)	
Social Media Application	Where Children See Social Media Applications
Youtube	On mother's phone (3. 1.)
Whatsapp	On mother's phone (3. 2.)
Facebook	On mother's phone (3. 3.)
Twitter	On mother's phone (3. 4.)
Messenger	On television (3. 5.)
Age 4 Social Media Awareness and Usage (Descriptive Expressions)	
Youtube	On smart TV (4.1.)
Whatsapp	On mother's phone (4. 2.)
Facebook	On mother's and father's phone (4. 3.)
Twitter	On father's phone (4. 4.)
Messenger	On mother's phone (4. 5.)
Age 5 Social Media Awareness and Usage (Descriptive Expressions)	
Youtube	On mother's and father's phone (5.1.)
Whatsapp	On mother's phone (5. 2.)
Facebook	On mother's and father's phone (5. 3.)
Twitter	On father's phone (5. 4.)
Messenger	On mother's phone (5. 5.)

When the findings in Table 4 are examined, it appears that almost all of the interviewed children stated that they saw social media applications on their mothers' phones. However, there are also children who indicate that they see social media applications on the phone of other family members and on television.

Table 5. Children's Opinions Regarding Usage of Social Media Applications

Age 3 Social Media Awareness and Usage (Descriptive Expressions)	
Social Media Application	Function of Social Media Application
Youtube	Used for watching cartoons (3. 1.)
Whatsapp	Used for talking to someone (3. 2.)
Facebook	
Twitter	
Messenger	
Age 4 Social Media Awareness and Usage (Descriptive Expressions)	
Youtube	Used for watching cartoons (4.1.)
Whatsapp	Used for texting and making calls (4. 2.)
Facebook	Used for checking texts (4. 3.)
Twitter	Used for writing texts (4. 4.)
Messenger	Used for searching something on the phone (4. 5.)
Age 5 Social Media Awareness and Usage (Descriptive Expressions)	
Youtube	Used for watching videos (5.1.)
Whatsapp	Used for writing texts (5. 2.)
Facebook	Used to for seeing other people's pictures and sending pictures (5. 3.)
Twitter	Used for writing texts (5.4.)
Messenger	Used for sending texts (5. 5.)

When the findings in Table 5 are examined, it is seen that children, in general, are aware of the intended usage of social media tools, although it is seen that children of 3-year-old are less informed about the usage of social

media tools than children in other age groups. Youtube; It is used for watching cartoons-video (3.1./4.1./5.1.), Whatsapp; It is used to send texts and make calls (3.2./4.2./5.2.)

CONCLUSION and DISCUSSION

In this research, it is aimed to examine the social media applications awareness and usage of preschool children. The study was constructed on the descriptive screening model. Purposeful sampling and homogeneous sampling methods were used to form the study group. The obtained data were analyzed by descriptive analysis technique.

When the examined research results are, the most well-known social media application among the three and four-year-old children is YouTube and the most known social media application among the five-year-old children is Whatsapp. The three most popular social media applications among all children are Youtube, Whatsapp, and Facebook. The higher awareness level of children about YouTube is thought to be a result of using this application to watch videos and cartoons on the internet. Descriptive expressions of children support this theory, and Youtube related descriptive expressions of children in all age groups are "used for watching cartoons-videos" (3.1./4.1./5.1.). According to a survey conducted by TUIK (2016), 82.4% of internet users in Turkey use the Internet for access to social media while 74.5% are using to watch videos. Based on the Internet in 2017 Global Overview (2017), Youtube is the most popular social media application in our country. In the research conducted by Ulusoy and Bostanci (2014), the most frequently used social media application by parents and children is Facebook. In his research to determine social media usage habits of secondary school students (2013), Ök observed that Facebook, Youtube, and Twitter are the most preferred social media applications for secondary school students.

As a result of the research, it has been observed that the level of awareness and usage of social media applications has increased with children's age and the knowledge level of social media applications has also increased accordingly. This is mainly due to the increase in the level of development depending on the age of the children, and thus increasing the interaction of children with people and objects in their surroundings. Because children, Bertan et al. (2009) state that children try to comprehend the objects and situations by interacting with the environment starting from early ages. According to Kandir and Alpan (2008), the development in the preschool period is very rapid and it is the most effective environmental factor in the child's development. According to Piaget and Bruner, the forerunner of cognitive development, children have an active role in the learning process and conduct their own learning in the environment they are in (Senemoğlu, 2007).

When responses of the children participating in the survey about where they see the social media applications were examined, almost all of the children said they saw the social media application from their mother's phone. This case is related to the fact that parents do encourage children to use social media, knowingly or unknowingly. Mothers are more likely to be concerned with the care, nutrition and other needs of their

children during their first childhood, and are affected by their children's mothers because they spend more time with them. Electronic devices can sometimes be used by parents as electronic caregivers, and as children use electronic devices, they discover social media applications and many other applications. Parents and other adults to use children's electronic devices is sometimes encouraging (McQueen, Cress and Tothy, 2012) for positive expectations, such as supporting cognitive and motor skills of some children (Young, 2014). Sapsağlam and Ömeroğlu (2015) express the family as the place where the first knowledge and skills are learned and the basic source for the children to nourish. Parents are the first teachers of children (Gordon, 1993), children acquire their skills and habits through their first teachers. The use of social media is increasing rapidly in today's parents (Ray and Jat, 2010). When parents are busy, children are turning to social media practices (Livingstone, Marsh, Plowman, Ottovordemgentschenfelde and Fletcher-Watson, 2014). Therefore, it can be said that children's habits of using electronic devices and the habits of their parents to use their social media applications are influential on the awareness and usage habits of children's social media applications.

SUGGESTIONS

As a result of the research, it is seen that children are aware of social media applications from early ages and some of them use these applications. At these ages, children can be exposed to some negative content and come across abusive people while using social media applications or other applications on the internet. Parents may be able to prevent the problems that can happen by informing their children about this subject and monitoring them. Again, excessive use of social media applications and the internet by children from early ages can lead to some developmental and social problems. It is recommended that parents should be careful about this issue. The positive relationship of children with their parents at an early age ensures more secure attachment to parents. Therefore, spending more time with the children and giving more attention to them will reduce the interest and tendency of children to electronic devices and this will provide a positive support for the parent-child relationship.

OKUL ÖNCESİ DÖNEM ÇOCUKLARINDA SOSYAL MEDYA FARKINDALIĞI VE KULLANIMI**Özkan SAPSAĞLAM**

*Doktor Öğretim Üyesi, Yıldız Teknik Üniversitesi Eğitim Fakültesi, ozkaanim@gmail.com
ORCID Numarası: 0000-0002-9965-5191*

Received: 28.20.2017

Accepted: 19.03.2018

ÖZ

Bu araştırmanın amacı okul öncesi dönem çocuklarının sosyal medya uygulamalarına ilişkin farkındalık ve kullanım durumlarının incelenmesidir. Araştırma betimsel tarama modeli üzerine kurgulanmıştır. Çalışma grubunun oluşturulmasında amaçlı örnekleme yöntemi ve benzeşik örnekleme tekniği kullanılmıştır. Araştırmaya Tokat il merkezinde bulunan resmi bir anaokulunda eğitimlerini sürdüren üç yaş grubundan 20 çocuk, dört yaş grubundan 40 çocuk ve beş yaş grubundan 80 çocuk olmak üzere toplamda 140 çocuk katılmıştır. Araştırma verileri çocukların sosyal medya farkındalığı ve kullanımını yansıtan çoklu durumları içerecek şekilde toplanmıştır. Bunun için en sık kullanılan sosyal medya araçlarından Facebook, Twitter, Whatsapp, Messenger ve Youtube logolarını gösteren 30 x 30 cm boyutunda resim kartları hazırlanmıştır. Çocuklarla yapılan bireysel görüşmeler yoluyla resim kartlarındaki logoları tanıma ve uygulamayı kullanma durumları belirlenmiştir. Çocukların yanıtları veri formuna kaydedilmiştir. Kartlardaki logoları tanıyan her yaş grubundan beş çocuk ile yüz yüze görüşmeler yapılmış ve çocuklara uygulamayı nerede gördükleri ve uygulamanın hangi amaçla kullanıldığına dair açık uçlu sorular sorulmuştur. Araştırma verilerinin analizinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; çocukların büyük bölümünün sosyal medya uygulamalarını bildikleri, uygulamaları ebeveynlerinin akıllı telefonları ile deneyimledikleri, en çok bilinen ve kullanılan uygulamanın Youtube olduğu, çocukların uygulamayı çizgi film ve video izlemek için kullandıkları görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Okul öncesi dönem, çocuk, teknoloji, sosyal medya.

GİRİŞ

Erken çocukluk döneminin çocukların gelecek yaşamlarındaki etkisi artık dünya genelinde kabul gören bir gerçektir ve bu dönemin geçirildiği aile ortamı çocuğun ilk bilgi ve deneyim kaynağıdır. Aile bireylerinin yaşadığı fiziksel mekan olarak ev ortamında televizyon, bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi pek çok elektronik alet kullanılmaktadır. Çocuklar çevresindeki bireyler ve nesnelere etkileşim içine girerek bilgi ve deneyimlerini kazanmakta ve öğrenmektedir.

Çocuklar entelektüel, sosyal ve duygusal yaşamlarına etki eden birçok kaynağa maruz kalırlar (Veldhuis, Koniin ve Seidell, 2012) ve doğdukları andan itibaren içinde buldukları sosyal ve kültürel çevreden etkilenirler (Ural ve Ramazan, 2007). Çocuklar içinde buldukları çevrede deneyim, davranış, iletişim ve etkileşim gibi farklı yollarla öğrenmelerini gerçekleştirirler (Bronfenbrenner, 1979; Bruner, 1996).

Dijital teknolojiler ve aletler evlerde ve diğer ortamlarda hızla yaygınlaşmaktadır (Arnott 2013; Arslan, 2017; Lupton 2015). Sosyal paylaşım ağları ve sohbet odaları yoğun biçimde çocukların ilgisini çekmektedir (Freeman-Longo, 2000) ve gençler sosyal paylaşım ağlarını önemli bir etkileşim aracı olarak kullanmaktadır (Brignall ve Valey, 2005). Çocuklar mobil medyayı her geçen yıl daha çok kullanmaktalar. Elektronik aletlerin yaygınlaşması bu durumun nedenlerinden birisidir. 0-2 yaş aralığındaki çocukların % 25'inin, 3-5 yaş aralığındaki çocukların %36'sının kendi tabletleri bulunmaktadır (European Cooperation in Science and Technology (COST), 2016).

Sosyal medya, içeriği kullanıcılar tarafından oluşturulan internet tabanlı uygulamalardır (Gülsoy, 2009; Tuncer, 2013). Sosyal medya ideolojik ve teknolojik kurumlar tarafından oluşturulan kullanıcıların fikirlerini, kişisel mesajlarını ve diğer içerikleri paylaştıkları internet tabanlı uygulamalardır (Kaplan ve Haenlein, 2010). Üç-altı yaş arası çocuklar, anneleri ve öğretmenleri aktif biçimde ve her geçen gün artarak öğrenme, eğlenme ve oyun için sosyal medyayı kullanmaktalar (Anand & Krosnick, 2005). Yapılan bir araştırmada, katılımcı ailelerin % 88'i, 24-36 aylık çocuklarının bilgisayarı günlük olarak kullandıklarını belirtmişlerdir (Lauricella, Pempek, Barr ve Calvert, 2010). Başka bir araştırmanın bulgularına göre sekiz yaşın altındaki çocukların yarısından fazlası, evlerinde mobil aletlere düzenli olarak erişebilmekteler (Rideout, 2011).

Dünya nüfusunun % 37'si (2. 789 milyar) aktif sosyal medya kullanıcısıdır. Aynı aratırmaya göre Türkiye nüfusunun ise % 60'ının (48 milyon) aktif sosyal medya kullanıcısı olduğu, Türkiye'de en çok kullanılan sosyal medya uygulamalarının ise, Youtube, Facebook, Instagram, Twitter, Whatsapp ve Messenger olduğu ortaya çıkmıştır (Digital in 2017 Global Overview). Yine Türkiye İstatistik Kurumu (Tuik, 2016) tarafından yapılan bir araştırmaya göre Türkiye'de aktif olarak internet kullanan bireyler %82,4 oranıyla en çok sosyal medyaya erişimini amaçlamışlardır. Bunu sırasıyla; %74,5 ile video izlemek, %69,5 ile haber, gazete ya da dergi okumak, %65,9 ile sağlıkla ilgili bilgi edinmek, %65,5 ile mal ve hizmetler hakkında bilgi edinmek ve %63,7 ile müzik dinlemek takip etmektedir (Tüik, 2016).

İlgili literatür incelendiğinde, dijital teknolojilerin çocukların ve ailelerinin günlük yaşamlarındaki yeri (Nikolopoulou ve Gialamas, 2015; Shuler, 2009), dijital teknolojilerin çocuklar üzerindeki etkisi (Parette,

Quesenberry ve Blum 2010), mobil aletlerin okul öncesi dönem çocuklarının öğrenmeleri üzerindeki etkileri (McKenney ve Voogt, 2012; Zaranis, Kalogiannakis ve Papadakis, 2013), dijital oyunlar (Stephen ve Plowman, 2014), okul öncesi dönem aile katılımında sosyal medyanın kullanımı (Özdiç, 2014), ilköğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları (Karakoç ve Avcı, 2015), ortaokul ve lise öğrencilerinin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları (Alican ve Saban, 2013; Otrar ve Argın, 2014; Tosun, 2016), üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları (Bostancı, 2010; Hazar, 2011), gibi daha çok ortaokul, lise ve üniversite öğrencilerinin sosyal medya kullanımı ve alışkanlıklarına yönelik çalışmaların yapılmış olduğu görülmektedir. Bununla birlikte literatürde okul öncesi dönem çocuklarının sosyal medya farkındalığı ve kullanımına yönelik herhangi bir araştırmaya rastlanmamıştır.

Bu araştırmanın amacı, okul öncesi dönem çocuklarının sosyal medya farkındalıklarını ve kullanım durumlarını incelemektir. Bu konuda daha önce yapılmış bir araştırmanın olmayışı ve araştırmanın ortaya koyacağı bulgular açısından çalışmanın önemli olduğu düşünülmektedir.

YÖNTEM

Çalışmada mevcut durumun olduğu gibi sunulması amaçlandığı için betimsel tarama modeli kullanılmıştır. Tarama modeli, geçmişte ya da halen var olan bir durumu olduğu gibi ortaya çıkarmayı sağlar (Büyüköztürk, Çakmak, Akgün, Karadeniz ve Demirel, 2011).

Çalışma Grubu

Araştırmaya 2016-2017 eğitim-öğretim yılı güz döneminde bağımsız bir anaokulunda eğitimlerini sürdüren üç yaş grubundan 20 çocuk, dört yaş grubundan 40 çocuk ve beş yaş grubundan 80 çocuk olmak üzere toplamda 140 çocuk katılmıştır. Çalışma grubunda yer alan çocukların tamamı normal gelişim gösteren çocuklardır. Çalışma grubunun oluşturulmasında amaçlı örnekleme yönteminin bir tekniği olan benzeşik örnekleme tekniği (Patton, 1987) kullanılmıştır.

Çalışma grubundaki çocukların cinsiyet dağılımlarının; üç yaş grubunda kız (n=10 / %50), erkek (n=10 / %50), dört yaş grubunda kız (n=19 / %47,5), erkek (n=21 / %52,5), beş yaş grubunda kız (n=38 / %47,5), erkek (n=42 / %52,5) şeklinde gerçekleştiği ve tüm yaş gruplarında cinsiyet dağılımlarının birbirine yakın olduğu görülmektedir.

Verilerin Toplanması

Araştırma verileri çocukların sosyal medya farkındalığını yansıtan çoklu durumları içerecek şekilde toplanmıştır. Bunun için en sık kullanılan sosyal medya araçlarından Facebook, Twitter, Whatsapp, Messenger ve Youtube logolarını gösteren 30 x 30 cm boyutunda resim kartları hazırlanmıştır. Çocuklarla yapılan bireysel görüşmeler yoluyla resim kartlarındaki logoları tanıma ve kullanma durumları belirlenmiştir. Çocukların yanıtları veri

formuna kaydedilmiştir. Bunun yanında kartlardaki logoları tanıyan her yaş grubundan beş çocuk ile yüz yüze görüşmeler yapılmıştır.

Çocuklarla yüz yüze yapılan görüşmelerde çocuklara aşağıda yer alan iki soru sorulmuştur;

Soru 1: Uygulamayı nerede gördün?

Soru 2: Uygulama hangi amaçla kullanılmaktadır?

Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinde betimsel analiz tekniği kullanılmıştır. Betimsel analiz; elde edilen verilerin daha önceden belirlenen temalara göre özetlenip yorumlandığı, görüşülen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılarının kullanıldığı ve elde edilen sonuçların neden-sonuç ilişkileri çerçevesinde yorumlandığı analiz tekniğidir (Yıldırım ve Şimşek, 2003).

BULGULAR

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular bu bölümde tablolar ve açıklamaları şeklinde verilmiştir.

Tablo 1. Üç Yaş Grubu Çocuklarının Sosyal Medya Farkındalığı ve Kullanımı

Sosyal Medya Aracı	Biliyor		Bilmiyor		Kullanmış		Kullanmamış	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Facebook	9	45	11	55	4	20	16	80
Twitter	5	25	15	75	1	5	19	95
Whatsapp	10	50	10	50	-	0	20	100
Messenger	3	15	17	85	1	5	19	95
Youtube	11	55	9	45	7	35	13	65

Tablo 1'deki bulgular incelendiğinde üç yaş grubu çocukları arasında en çok bilinen ve farkındalık oranının en yüksek olduğu sosyal medya uygulamaları; Youtube (n=11 / %55), Whatsapp (n=10 / %50), Facebook (n=9 / %45), Twitter (n=5 / %25) ve Messenger (n=3 / %15) şeklinde sıralanmıştır. Sosyal medya araçlarının kullanımı ile ilgili bulgulara bakıldığında; üç yaş çocukları arasında sosyal medya uygulamalarının kullanımıyla ilgili sıralama; Youtube (n=7 / %35), Facebook (n=4 / %20), Messenger (n=1 / %5) ve Twitter (n=1 / %5) şeklinde gerçekleşmiştir. Üç yaş çocuklarında sosyal medya uygulamalarına ilişkin farkındalık düzeyinin uygulamaları kullanma düzeyinden daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 2. Dört Yaş Grubu Çocuklarının Sosyal Medya Farkındalığı ve Kullanımı

Sosyal Medya Farkındalığı ve Kullanımı (4 Yaş)								
Sosyal Medya Aracı	Biliyor		Bilmiyor		Kullanmış		Kullanmamış	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Facebook	19	47,5	21	52,5	5	12,5	35	87,5
Twitter	8	20	32	80	2	5	38	95
Whatsapp	24	60	16	40	10	25	30	75
Messenger	7	17,5	33	82,5	2	5	38	95
Youtube	29	72,5	11	27,5	20	50	20	50

Tablo 2'deki bulgular incelendiğinde; dört yaş grubu çocukları arasında en çok bilinen ve farkındalık oranının en yüksek olduğu sosyal medya uygulamaları; Youtube (n=29 / %72,5), Whatsapp (n=24 / %60), Facebook (n=19 / %47,5), Twitter (n=8 / %20) ve Messenger (n=7 / %17,5) şeklinde sıralanmıştır. Sosyal medya araçlarının kullanımı ile ilgili bulgulara bakıldığında; dört yaş grubu çocukları arasında sosyal medya uygulamalarının kullanımıyla ilgili sıralama; Youtube (n=20 / %50), Whatsapp (n=10 / %25), Facebook (n=5 / %12,5) Messenger (n=2 / %5) ve Twitter (n=2 / %5) şeklinde gerçekleşmiştir. Dört yaş çocuklarında sosyal medya uygulamalarına ilişkin farkındalık düzeyinin uygulamaları kullanma düzeyinden daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 3. Beş Yaş Grubu Çocuklarının Sosyal Medya Farkındalığı ve Kullanımı

Sosyal Medya Farkındalığı ve Kullanımı (5 Yaş)								
Sosyal Medya Aracı	Biliyor		Bilmiyor		Kullanmış		Kullanmamış	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Facebook	51	63,75	29	36,25	21	26,25	59	73,75
Twitter	18	22,5	62	77,5	6	7,5	74	92,5
Whatsapp	71	88,75	9	11,25	33	41,25	47	59,75
Messenger	23	28,75	57	71,25	10	12,5	70	87,5
Youtube	61	76,25	19	33,75	53	66,25	27	33,75

Tablo 3'deki bulgular incelendiğinde; beş yaş çocukları arasında en çok bilinen ve farkındalık oranının en yüksek olduğu sosyal medya uygulamaları; Whatsapp (n=71 / %88,75), Youtube (n=61 / %76,25), Facebook (n=51 / %63,75), Messenger (n=23 / %28,75) ve Twitter (n=18 / %22,5) şeklinde sıralanmıştır. Sosyal medya araçlarının kullanımı ile ilgili bulgulara bakıldığında; beş yaş grubu çocukları arasında sosyal medya uygulamalarının kullanımıyla ilgili sıralama; Youtube (n=53 / %66,25), Whatsapp (n=33 / %41,25), Facebook (n=21 / %26,25) Messenger (n=10 / %12,5) ve Twitter (n=6 / %7,5) şeklinde gerçekleşmiştir. Beş yaş çocuklarında sosyal medya uygulamalarına ilişkin farkındalık düzeyinin uygulamaları kullanma düzeyinden daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 4. Çocukların Sosyal Medya Uygulamalarını Nerede Gördükleri

3 Yaş Sosyal Medya Farkındalığı ve Kullanımı (Betimsel İfadeler)	
Sosyal Medya Uygulaması	Sosyal Medya Uygulamasını Nereden Gördüğü
Youtube	Annesinin telefonunda (3. 1.)
Whatsapp	Annesinin telefonunda (3. 2.)
Facebook	Annesinin telefonunda (3. 3.)
Twitter	Annesinin telefonunda (3. 4.)
Messenger	Televizyonda (3. 5.)
4 Yaş Sosyal Medya Farkındalığı ve Kullanımı (Betimsel İfadeler)	
Youtube	Akıllı televizyonda (4.1.)
Whatsapp	Annesinin telefonunda (4. 2.)
Facebook	Annesinin ve babasının telefonunda (4. 3.)
Twitter	Babasının telefonunda (4. 4.)
Messenger	Annesinin telefonunda (4. 5.)
5 Yaş Sosyal Medya Farkındalığı ve Kullanımı (Betimsel İfadeler)	
Youtube	Annesinin ve babasının telefonunda (5.1.)
Whatsapp	Annesinin telefonunda (5. 2.)
Facebook	Annesinin ve babasının telefonunda (5. 3.)
Twitter	Babasının telefonunda (5. 4.)
Messenger	Annesinin telefonunda (5. 5.)

Tablo 4'deki bulgular incelendiğinde; görüşme yapılan çocukların neredeyse tamamının sosyal medya uygulamalarını annelerinin telefonlarında gördüklerini ifade ettikleri görülmektedir. Bununla birlikte çocukların sosyal medya uygulamalarını diğer aile bireylerinin telefonunda ve televizyonda gördüğünü belirten çocuklar da bulunmaktadır.

Tablo 5. Çocukların Sosyal Medya Uygulamalarının Kullanım Amacına İlişkin Görüşleri

3 Yaş Sosyal Medya Farkındalığı ve Kullanımı (Betimsel İfadeler)	
Sosyal Medya Uygulaması	Sosyal Medya Uygulamasının İşlevi
Youtube	Çizgi film izlemek için kullanılır (3. 1.)
Whatsapp	Konuşmak için kullanılır (3. 2.)
Facebook	
Twitter	
Messenger	
4 Yaş Sosyal Medya Farkındalığı ve Kullanımı (Betimsel İfadeler)	
Youtube	Çizgi film izlemek için kullanılır (4.1.)
Whatsapp	Mesaj atmak ve arama yapmak için kullanılır (4. 2.)
Facebook	Mesajlara bakmak için kullanılır (4. 3.)
Twitter	Mesaj yazmak için kullanılır (4. 4.)
Messenger	Telefonda birşeyler bulmak için kullanılır (4. 5.)
5 Yaş Sosyal Medya Farkındalığı ve Kullanımı (Betimsel İfadeler)	
Youtube	Video izlemek için kullanılır (5.1.)
Whatsapp	Mesaj yazmak için kullanılır (5. 2.)
Facebook	Başkalarının resimlerini görmek ve resim göndermek için kullanılır (5. 3.)
Twitter	Mesaj yazmak için (5.4.)
Messenger	Mesaj atmak için kullanılır (5. 5.)

Tablo 5'deki bulgular incelendiğinde; üç yaş çocuklarının diğer yaş gruplarındaki çocuklara göre sosyal medya araçlarının kullanım amaçları hakkında daha az bilgi sahibi oldukları görülmekle birlikte, genel olarak çocukların sosyal medya araçlarının kullanım amaçlarının farkında oldukları görülmektedir. Youtube; Çizgi film-video izlemek için kullanılır (3.1./4.1./5.1.), Whatsapp; Mesaj atmak ve arama yapmak için kullanılır (3.2./4.2./5.2.)

TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu araştırmada okul öncesi dönem çocuklarının sosyal medya uygulamalarına ilişkin farkındalık ve kullanım durumlarının incelenmesi amaçlanmıştır.

Araştırma sonuçları incelendiğinde; üç yaş ve dört yaş çocukları arasında en çok bilinen sosyal medya uygulamasının Youtube, beş yaş çocuklarında en çok bilinen sosyal medya uygulamasının ise Whatsapp olduğu görülmüştür. Tüm çocuklar arasında en çok bilinen ilk üç sosyal medya uygulaması Youtube, Whatsapp ve Facebook şeklinde sıralanmıştır. Çocukların youtube ilişkin farkındalık düzeylerinin daha yüksek olmasının internetten video ve çizgi film izlemek için bu uygulamayı kullanmalarının bir sonucu olduğu düşünülmektedir. Çocukların betimsel ifadeleri bu tezi desteklemektedir ve tüm yaş gruplarındaki çocukların Youtube ilişkin betimsel ifadeleri "Çizgi film-video izlemek için kullanılır" şeklindedir (3.1./4.1./5.1.). Yapılan bir araştırmaya göre Türkiye'de internet kullananların % 82,4'ü interneti sosyal medyaya erişim amacıyla, % 74,5'i ise video izlemek için kullanmaktadır Tük (2016). Internet in 2017 Global Overview (2017), isimli çalışmaya göre ülkemizde en çok kullanılan sosyal medya uygulaması Youtube'dir. Ulusoy ve Bostancı (2014) tarafından yapılan araştırmada anne babalar ve çocuklar tarafından en sık kullanılan sosyal medya uygulaması Facebook olarak belirtilmiştir. Ök (2013) tarafından yapılan ve ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıklarını belirlemeye yönelik çalışmada ortaöğretim öğrencileri tarafından en çok tercih edilen sosyal medya uygulamalarının Facebook, Youtube ve Twitter olduğu görülmüştür.

Araştırma sonucunda çocukların yaşlarının yükselmesine bağlı olarak sosyal medya uygulamalarına ilişkin farkındalık ve kullanım düzeylerinin de yükseldiği ve sosyal medya uygulamalarının kullanım amacına ilişkin bilgi düzeylerinin arttığı görülmüştür. Bu durumun temel nedeni olarak çocukların yaşlarının yükselmesine bağlı olarak gelişim düzeylerinin artması ve buna bağlı olarak çevrelerindeki kişi ve nesnelere etkileşimlerinin artması olabilir. Çünkü Bertan vd. göre (2009), çocuklar erken yaşlardan itibaren çevre ile etkileşim kurarak nesnelere ve durumları anlamaya çalışırlar. Kandır ve Alpan'a (2008) göre okul öncesi dönemde gelişim çok hızlıdır ve çocuğun gelişiminde en etkili çevresel faktör ailedir. Çocuğun gelişim ve öğrenme sürecindeki aktif rolüne vurgu yapan Piaget ve Bruner'e göre çocuklar, içinde buldukları çevrede kendi öğrenmelerini kendileri gerçekleştirirler (Aktaran, Senemoğlu, 2007).

Araştırmaya katılan çocukların sosyal medya uygulamalarını nerede gördüklerine dair yanıtları incelendiğinde; çocukların neredeyse tamamı sosyal medya uygulamalarını annelerinin telefonunda gördüklerini belirtmişlerdir. Bu durum ebeveynlerin bilerek veya bilmeyerek çocukları sosyal medya kullanımına teşvik etmesiyle ilgili olabilir. Anne ilk çocukluk döneminde çocuğun bakımı, beslenmesi ve diğer ihtiyaçlarının karşılanması ile daha

çok ilgilendiği ve çocukla daha fazla zaman geçirdiği için çocuklar annelerinden etkilenmektedirler. Elektronik aletler ebeveynler tarafından bazen elektronik bakıcılar gibi kullanılabilmekte ve çocuklar elektronik aletleri kullandıkça sosyal medya uygulamalarını ve diğer pek çok uygulamayı keşfetmektedirler. Ebeveynler ve diğer yetişkinler tarafından çocukları elektronik aletleri kullanmaya teşvik etme bazen zorunluluk (McQueen, Cress ve Tothy, 2012), bazende çocuklarının bilişsel ve motor becerilerini destekleme gibi olumlu beklentiler için yapılmaktadır (Genç, 2014). Sapsağlam ve Ömeroğlu (2015) aileyi ilk bilgi ve becerilerin öğrenildiği yer ve çocukların beslendiği temel kaynak olarak ifade etmektedir. Anne babalar çocukların ilk öğretmenleridir (Gordon, 1993), çocuklar beceri ve alışkanlıklarını anne babaları üzerinden edinirler ve çocukların öğrenme sürecinde ailenin sosyo ekonomik özellikleri de etkili olmaktadır (Radesky, Schumacher ve Zuckerman vd., 2015). Bununla birlikte sosyal medya kullanımı ebeveynler arasında hızla artmakta (Ray ve Jat, 2010) ve ebeveynler meşgul olduklarında çocukları sosyal medya uygulamalarına yönelmektedirler (Livingstone, Marsh, Plowman, Ottovordemgentschenfelde ve Fletcher-Watson, 2014). Dolayısıyla çocukların sosyal medya uygulamalarına dair farkındalık ve kullanım alışkanlıkları üzerinde, çocukların elektronik aletleri kullanma alışkanlıkları ve ebeveynlerin kendilerinin sosyal medya uygulamalarını kullanma alışkanlıklarının etkili olduğu söylenebilir.

ÖNERİLER

Araştırma sonucunda çocukların henüz erken yaşlardan itibaren sosyal medya uygulamalarının farkında oldukları ve bazılarının da uygulamaları kullandıkları görülmüştür. Çocuklar bu yaşlarda gerek sosyal medya uygulamalarını gerekse internetteki diğer uygulamaları kullandıkları esnada olumsuz bir takım içeriklere maruz kalabilir ve art niyetli kişilerle karşılaşabilirler. Anne babaların bu konuda çocuklarını bilgilendirmeleri ve kontrol etmeleri yaşanabilecek olumsuzlukları önleyebilir. Yine çocukların erken yaşlardan itibaren sosyal medya uygulamalarını ve interneti aşırı düzeyde kullanmaları bazı gelişimsel ve sosyal problemlere yol açabilir. Bu konuda ebeveynlerin dikkatli olması önerilebilir. Çocukların erken yaşlarda anne ve babalarıyla olan olumlu ilişkileri ebeveynlerine daha sağlıklı bağlanmalarını sağlamaktadır. Bu yüzden anne babaların çocuklarına daha fazla zaman ayırmaları ve daha fazla ilgi göstermeleri çocukların elektronik aletlere olan ilgi ve yönelimini azaltacağı için olumlu bir ebeveyn-çocuk ilişkisini destekleyecektir.

REFERENCES / KAYNAKÇA

- Alican, C. ve Saban, A. (2013). Ortaokul ve lisede öğrenim gören öğrencilerin sosyal medya kullanımına ilişkin tutumları: Ürgüp örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Sayı: 35 (2), 1-14.
- Anand, S., and Krosnick, J. (2005). Demographic predictors of media use among infants, toddlers, and preschoolers. *American Behavioral Scientist*, 48(5), 539–561.
- Aral, N., Kandir, A. ve Can-Yaşar, M. (2000). *Okul öncesi eğitim ve ana sınıfı programları*. İstanbul: Ya-Pa Yayınları.
- Arnott, L. (2013). Are we allowed to blink? Young children's leadership and ownership while mediating interactions around technologies. *International Journal of Early Years Education*, 21 (1): 97–115.

- Arslan, E. (2017). The effect of social media on marketing. *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, 8, (28), 11-23.
- Bertan, M., Haznedaroğlu, D., Koln, P., Yurdakök, K. ve Güçiz, B. D. (2009). Ülkemizde erken çocukluk gelişimine ilişkin yapılan çalışmaların derlenmesi (2000-2007). *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, 52(1), 1-8.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal medyanın gelişimi ve iletişim fakültesi öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları*. Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Brignall, T.W. and Valey, T. V. (2005). The impact of Internet communication on social interaction. *Sociological Spectrum*, 25, 335-348.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The ecology of human development: Experiments by nature and design*. Cambridge: Harvard University Press.
- Bruner, J. (1996). *The culture of education*. Cambridge: Harvard University Press.
- Büyüköztürk, Ş., Çakmak, E.K., Akgün, Ö.E., Karadeniz, Ş. and Demirel, F. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi.
- Cost (2016). *The digital literacy and multimodal practices of young children*. Erişim Tarihi: 20.12.2017; http://www.cost.eu/COST_Actions/isch/IS1410
- Freeman-Longo, R.E. (2000). Children, teens, and sex on the Internet. *Sexual Addiction and Compulsivity*, 7, 75-90.
- Genç, Z. (2014). Parents perceptions about the mobile technology use of preschool aged children. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 146, 55-60.
- Gordon, T. (1993). *Etkili öğretmenlik eğitimi*. (Çev. Emel Aksay ve Birsen Özkan) İstanbul: Ya-Pa Yayınları.
- Gülsoy, T. (2009). *Etkileşimli medya ve pazarlama terimler sözlüğü*, Editör: L. Baruh, ve M. Yüksel, *Değişen iletişim ortamında etkileşimli pazarlama*. İstanbul: Doğan Kitap.
- Hazar, M. (2011). Sosyal medya bağımlılığı-bir alan çalışması. *İletişim ve Kuram Dergisi*, 32, 151-176.
- Dijital in 2017 Global Overview (2017). <http://www.dijitalajanslar.com/internet-ve-sosyal-medya-kullanici-istatistikleri-2017/> adresinden 20. 12. 2017 tarihinde indirilmiştir.
- Kandır, A. ve Alpan, Y. (2008). Okul öncesi dönemde sosyal-duygusal gelişime anne-baba davranışlarının etkisi. *Aile ve Toplum*, 10 (4), 33-38.
- Kaplan, A. M., and Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons* 53, 59–68.
- Karakoç, E. ve Avcı, İ. (2015). İlköğretim Öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları üzerine bir araştırma Elâzığ örneği. *Selçuk Üniversitesi Türk Araştırmaları Dergisi*, 37, 437-448.
- Lauricella, A. R., Pempek, T. A., Barr, R., & Calvert, S. L. (2010). Contingent computer interactions for young children's object retrieval success. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 31(5), 362-369.
- Lupton, D. (2015). *Digital sociology*. London: Routledge.
- McKenney, S., and Voogt, J. (2012). Teacher design of technology for emergent literacy: An explorative feasibility study. *Australasian Journal of Early Childhood* 37 (1): 4–12.

- McQueen, A., Cress, C., and Tothy, A. (2012). Using a tablet computer during pediatric procedures: A case series and review of the "Apps". *Pediatric Emergency Care*, 28(7), 712-714.
- Otrar, M. ve Arın, F. S. (2014). Öğrencilerin sosyal medyaya ilişkin tutumlarının kullanım alışkanlıkları bağlamında incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırma Dergisi*, 3(3), 1-13.
- Özding, T. (2014). *Okul öncesi eğitimde aile katılımında sosyal medya kullanımı: Bir durum çalışması*. Yüksek Lisans Tezi, Bahçeşehir Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Nikolopoulou, K. and Gialamas. V. (2015). Barriers to the integration of computers in early childhood settings: Teachers' perceptions. *Education and Information Technologies* 20 (2): 285–301.
- Ök, F. (2013). *Ortaöğretim öğrencilerinin sosyal medya kullanım alışkanlıkları ve motivasyonlarını belirlemeye yönelik alan araştırması*. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Parette, H., Quesenberry, A. and Blum, C. (2010). Missing the boat with technology usage in early childhood settings: A 21st century view of developmentally appropriate practice. *Early Childhood Education Journal* 37: 335–343.
- Patton, M. Q. (2014). *Nitel araştırma ve değerlendirme yöntemleri*. (Mesut Bütün ve Selçuk Beşir Demir, Çev Edt.). Ankara: Pegem Akademi.
- Radesky, J. S., Kistin, C. J., Zuckerman, B., Nitzberg, K., Gross, J., Kaplan-Sanoff, M., Augustyn, M. and Silverstein, M. (2014). Patterns of mobile device use by caregivers and children during meals on fast food restaurants. *Pediatrics*, 133 (4), 843-849.
- Ray, M., & Jat, K. R. (2010). Effect of electronic media on children. *Indian Pediatrics*, 47(7), 561-568.
- Sapsağlam, Ö. ve Ömeroğlu, E. (2015). Okul öncesi öğretmenlerinin eğitim programlarında değerler eğitime yer verme düzeylerinin belirlenmesi. *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, Vol: 6, Issue: 21, (244-264).
- Senemoğlu, N. (2007). *Gelişim öğrenme ve öğretim (kuramdan uygulamaya)*. Ankara: Gönül yayıncılık.
- Shuler, C. (2009). *Pockets of potential: Using mobile technologies to promote children's learning*. New York: The Joan Ganz Cooney Center at Sesame Workshop.
http://www.joanganzcooneycenter.org/wpcontent/uploads/2010/03/pockets_of_potential_1_pdf
- Stephen, C., & Plowman, L. (2014). *Digital play*. Play and learning in early childhood (Edt. by L. Brooker, M. Blaise, & S. Edwards), p.330–341. London: Sage.
- Tosun, N. (2016). Meslek lisesi öğrencilerinin sosyal ağ kullanma alışkanlıkları ve sosyal ağ kullanımına ilişkin görüşleri. *Açık Öğretim Uygulamaları ve Araştırmaları Dergisi*, 2, (2), 114-149.
- Tüik. (2016). *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanım araştırması*. Ankara: TUİK.
- Tuncer, A. S. (2013). *Sosyal medyanın gelişimi*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2877.
- Ulusoy, A. ve Bostancı, M. (2014). Çocuklarda sosyal medya kullanımı ve ebeveyn rolü. *International Journal of Social Science Studies*, 28 , p. 559-572.
- Ural, O. ve Ramazan, O. (2007). Türkiye'de okul öncesi eğitimin dünü ve bugünü. *Türkiye' de okul öncesi eğitim ve ilköğretim sistemi: Temel sorunlar ve çözüm önerileri*. (11-61). Ankara: Türk Eğitim Derneği.

- Veldhuis, J., Koniin, E.A., and Seidell, J.C. (2012). Weight information labels on media models reduce body dissatisfaction in adolescent girls. *Journal Adolescent Health*, 50(6), 600-606.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zaranis, N., Kalogiannakis, M., and Papadakis, S. (2013). Using mobile devices for teaching realistic mathematics in kindergarten education. *Creative Education*, 4(07). 1-10.