

T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
BİLİMSEL ARAŞTIRMA PROJELERİ
KOORDİNASYON BİRİMİ



PROJE BAŞLIĞI
YENİ İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNDEN İNTERNET VE SOSYAL MEDYANIN
EBEVEYNLER VE "DİJİTAL NESİL" ÇOCUKLARININ OYUN ALIŞKANLIKLARINA
ETKİSİ

Proje No:
SBA-12-3959

Proje Türü
NAP

SONUÇ RAPORU

Proje Yürütücüsü:

Doç.Dr.Mustafa AKDAĞ

İletişim Fakültesi

Halkla İlişkiler ve Tanıtım

Araştırmacı

Öğr.Gör. Mustafa CINGI

İletişim Fakültesi

Halkla İlişkiler ve Tanıtım

2014

KAYSERİ

TEŐEKKÜR

“Yeni İletişim Teknolojilerinden İnternet ve Sosyal Medyanın Ebeveynler ve “Dijital Nesil” Çocuklarının Oyun Alışkanlıklarına Etkisi” adıyla bu alıŐma ERÜ BAP Birimi tarafından SBA-12-3959 koduyla desteklenmiŐtir. Erciyes Üniversitesi ve ERÜ BAP Birimi'ne, çalıŐmamız için destek veren Kayseri MEB İl TeŐkilatı yetkililerine teŐekkür ederiz.

Öğr.Gör.Mustafa CINGI

Doç.Dr.Mustafa AKDAĞ

İÇİNDEKİLER

	Sayfa No
ÖZET	5
ABSTRACT	5
GİRİŞ	6
I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	7
II.YÖNTEM	11
III. BULGULAR VE YORUMLAR	12
IV. DEĞERLENDİRME ve SONUÇ	29
KAYNAKÇA	31

ÖZET

Günümüzde, nesilden nesile aktarılan bir takım alışkanlıkların yeni iletişim teknolojileriyle farklılık gösterdiği ve yeni neslin tamamen internet kültürüyle büyüdüğü görülmektedir. İnsanlar internet ve sosyal medya araçları ile iletişim kurmakta, birçok bilgiyi paylaşmakta ve oyunlar oynayarak sanal âlemde aktif olmaktadır. Bu durum “dijital nesil” olarak adlandırılan ve neredeyse tüm günü internet ağırlıklı geçiren günümüz çocukları için de geçerlidir. Özellikle oyun oynama alışkanlıkları değişen yeni jenerasyonun kendi ebeveynleriyle ortak bir oyunu yok denecek kadar azdır. Anne babaların oyun alışkanlıkları ile “dijital neslin” oyun alışkanlıklarının farklılaştığını ortaya koymak ve nesiller arasındaki bakış farkını yansıtmak amacıyla bu çalışmada ilköğretim 4-5 sınıflarında okuyan öğrencilere ve ebeveynlerine alan araştırması uygulanmıştır. Bu çalışma sonucunda, dijital neslin oyun alışkanlıklarının çeşitlendiği, internet ve sosyal medyanın oyun alışkanlıklarını etkilediği fakat geleneksel oyunlardan bir kopuş olmadığı; bununla beraber ebeveynlerin çocuklarıyla olan oyun alışkanlıklarında önemli bir farklılaşmanın söz konusu olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Geleneksel Oyun, Dijital Oyun, Dijital Nesil, Sosyal Medya

ABSTRACT

Nowadays, it is observed that habits transferred from generation to generation differ with the advancement of new communication technologies and new generation grow up completely with the internet culture. People get into communication, share ideas and information via internet and social media instruments, and get active via play games on the cyber space. This is the case with our children who are called “digital generation” and who spend almost their times with the Internet. Specifically, the kids’ gaming habits have changed to a large extent, so they have nothing to share with their parents in terms of gaming. This study includes a field work which has been conducted on Primary School 4-5 graders and their parents to clarify that there has been a huge gap between the current generation’s gaming habits and those of their parents and to reflect how the two generations perceive each other. In conclusion, the study makes it clear that the digital generation’s gaming habits have changed a lot but there hasn’t still been a break from traditional gaming habits; even so there has been an important alteration in gaming habits of kids and their parents.

Key Words: Traditional Game, Digital Game, Digital Generation, Social Media

GİRİŞ

Bir bebeğin, çocuğun veya ergenin niçin oyun oynadığı sorusuna verilen cevaplar genel olarak “içten gelen enerjiyi boşaltmak” ve “kişisel davranışların aktarılmasına ve uzun süre sürdürülmesine yardımcı olmak” şeklinde iki başlık altında toplanabilir (Duran 2012). Kız çocuklarının oyuncak bebeklerle oynayarak annelik alıştırmaları yapması ya da erkek çocuklarının tencere kapaklarını direksiyon gibi düşünüp kendini şoför olarak hayal etmesi buna örnek olarak verilebilir.

Sokak oyunları veya geleneksel oyunlar olarak adlandırılan çocuk oyunları genel olarak “açık hava oyunları” ve “ev oyunları” şeklinde iki kısımda incelenebilir. İsim-şehir gibi kağıt kalemle oynanan oyunlar, dokuz aylık gibi sportif oyunlar, yağ satarım bal satarım gibi müzikal oyunlar gibi pek çok oyun grubu da ayrıca sıralanabilir¹.

Geleneksel olarak oynanan ve nesilden nesle aktarılan bu oyunlar, bilgisayarın hayatımıza girdiği günden bu güne farklılaşmakta, özellikle internet ve sosyal medya ile de bu format değişmektedir. Bir çocuk sosyal medya ortamında oynanma rekorları kıran çiftlik oyunlarını oynarken bir tıkla tarla sürüp hasat kaldırmakta, süt sağıp yumurta toplamakta fakat gerçek hayatta bunların hiçbirini bilmemektedir². Anne babalar ise kendileri çocukken oynamış oldukları oyunu günümüzde çocuklarına aktarmakta güçlük çekmekte, çocuklarını dijital oyunların etki alanından çıkaramamaktadırlar.

Çocukların oyun alışkanlıklarının anne babalarının onlar çocukken oynadıkları oyun alışkanlıklarından ne kadar farklılık gösterdiğini ve bunda yeni iletişim teknolojilerin etkisini ortaya koymak amacıyla hazırlanan bu çalışmada, ilköğretim öğrencilerine ve onların ebeveynlerine saha araştırması kapsamında anket uygulanarak internet ve sosyal medya kaynaklı dijital oyunların nesiller arasındaki oyun alışkanlıklarına ne kadar etki ettiği karşılaştırmalı bir şekilde ortaya konulmaktadır.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

a. Geleneksel Oyun

Çeşitli disiplinlerin ilgi alanına giren oyun (Akbulut 2009: 25); çocuğun yaşadıklarını, isteklerini, duygularını açığa çıkaran; üstlendiği rollerle dünyayı algılamasını, empati kurmasını, şahsiyetinin ve karakterinin oluşmasını, gelişmesini ve oturmasını sağlayan, sonucu düşünülmezsizin eğlenme amacı güden, çocuğu hayata hazırlayan bir tecrübedir (Yavuzer 1999: 169). Doktordan korkan bir çocuğun doktor malzemeleriyle oynayarak veya hayaletlerden korkan bir çocuğun hayalet kılığına girip oyunlar oynayarak bu korkusunu hafifletmesi gibi korku, sevinç, hüznün gibi çeşitli duyguların yönetilmesinde de oyun oynamanın ciddi faydaları mevcuttur (Gencer 2006: 17).

Ayrıca sosyal olgunlaşmada, öz benliği bulmada yardımcı (Toksoy 2010: 205) olan oyunların tercihinde cinsiyet, kültür, mevsim ve iklim koşulları başlıca etkenler arasındadır (Yavuzer 2007: 178). İp atlamayı daha çok kız çocukları tercih ederken misket oynamayı daha çok erkek çocuklarının tercih ettiği görülmektedir. Geniş arazilerde ya da köylerde yaşayan çocukların gruplar halinde saklambaç, körebe, yakar top gibi sokak oyunlarını oynadıkları daha fazla görülürken kentlerde çocuklar bilgisayarlarının başlarında dijital oyunlar oynadıkları sıklıkla görülmektedir.

b. Dijital oyun

1995 yılı itibariyle insanların gündelik yaşamlarında kullanmaya başladığı ve artık vazgeçilmez olarak gördüğü internet ve yeni medya, 2004 yılına kadar genel olarak tanıtım, bilgi edinme ve alışveriş yapılabilmeyle sınırlı kalmış, internet kullanıcılarının teknik bilgi gereksinimi olmadan içerik oluşturup yayın yapabilmelerini sağlayan Web 2.0 teknolojileri ile bir devrim sürecine girmiştir. Sosyal medya araçları sayesinde bireyler istedikleri içeriği üretmek istediği veriyi istediği kişi ile bir sınır koymadan özgürce paylaşabilme imkânına kavuşmuştur (Kahraman 2010: 13-14). Bu özgürlük ve değişim oyunları da formatında bir değişikliğe sürüklemiştir.

Bilgisayar, internet ve sosyal medya oyunlarının hepsi dijital ortamda oynandığı için “*dijital oyunlar*” olarak adlandırılan bu oyunlar, Binark ve Sütçü’ye göre, Türkiye’de 2000’li yılların ortalarından itibaren kavramlaşmaya başlamaktadır. Bu dönemden itibaren atari oyunlarının,

¹ Diğer oyunlar ve belirtilen oyunların nasıl oynanacağı ile alakalı bilgi için bkz; www.rtukcocuk.org.tr/oyunlar

PC oyunlarının, konsol ve mobil oyunların farklı ve tüm türlerini içine alan dijital oyunları yeni medya ortamı ve çeşitleri içinde görmek mümkün olmaktadır (2008: 43).

Sosyal medya içinde kullanımı gittikçe yaygınlaşan ve Türkiye’de en popüler sosyal medya ortamı Facebook’tur (Toprak vd. 2009: 41). Türkiye, bulunduğu bölgede en hareketli ve en aktif kullanıcı sayısına (34 milyon kişi – Türkiye’deki online nüfusun yüzde 94’ü) sahip ülke konumundadır (<http://www.campaigntr.com> 2014). Facebook üzerinden en çok oynanan oyunlar listesinin başında “Farmville 2” ve “Pet Rescue Saga” gibi gündelik yaşam oyunlarının yanı sıra “Okey” ve “Okey Plus, MyNet Çanak Okey” gibi şans oyunları ve “Texas HoldEm Poker” gibi kumar oyunları yer almaktadır (<http://www.webrazzi.com> 2013). Gerçek hayatta çocuklarının bu tür ortamlarda bulunmasına kesinlikle izin vermeyecek ebeveynlerin sanal ortamlardaki bu durum karşısında habersiz veya kayıtsız kaldığı söylenilebilir. Yapılan bir araştırma, ebeveynlerin online ortamlarda bilinçsiz olduklarını ve çocuklarını kontrol edemediklerini ortaya koymaktadır (Akdağ ve Gölgeci 2009: 283-291).

c. Oyunda Gelenekselden Dijitale Geçiş

Günümüzde sokak oyunlarından ziyade evde ya da internete bağlanılacak herhangi bir yerden saatlerce oyunların başından kalkmayan, günlük işlerini aksatan, hayattan kopan, bazen en yakınındaki insanlara zarar veren hatta buradan yola çıkarak sağlığını kaybeden (Deneme 2013), kendini kontrol etmede zorlanan ve agresif (Bushman vd. 2014: 456) bir nesil³ ile karşı karşıya kalınmaktadır. Bu özelleşmenin neticesinde çocuklar odalarına çekilip anne babanın kontrolü veya denetimi söz konusu olmaksızın bilgisayar başında saatlerce oyun oynayabilmekte, her tür siteye girebilmekte, hiç tanımadıkları şahıslarla arkadaş olup görüntülü ve sesli iletişime geçebilmektedirler.

Türkiye İstatistik Kurumu’nun 2013 yılı istatistiklerine göre 6-15 yaş grubu çocuklar bilgisayar kullanmaya ortalama 8 yaşında; internet kullanmaya ortalama 9 yaşında; cep telefonu kullanmaya ise ortalama 10 yaşında başlamaktadır. Aynı istatistik sonuçlarına göre bu çocuklardan kendi kullanımına ait bilgisayara sahip olanların oranı %24,4; cep telefonuna sahip olanların oranı %13,1; oyun konsoluna sahip olanların oranı ise %2,9’dur (www.tuik.gov.tr 2014).

² Çiftlik oyunu için bkz; Bizim Çiftlik: www.facebook.com/pages/Bizim-çiftlik-oyunu/271779616215858

³Daha ayrıntılı örnekler için bkz; (Özsoy 2010: 127-152)

T.C.Gençlik ve Spor Bakanlığı'nın 15-29 yaş arası gençlerin sosyal medya ile alakalı tutum ve davranışlarını ortaya koymayı amaçladığı "Gençlik ve Sosyal Medya Araştırması" isimli araştırma sonuçlarına göre de araştırmaya katılan internet kullanıcısı gençlerin %96'sı sosyal medya kullanıcısıdır ve gençlerin %40'ının annesi, %47'sinin de babası sosyal medyayı kullanmaktadır (www.gsb.gov.tr 2014).

Çocukları geleneksel oyunların yerine dijital oyunlara sevk eden nedenlerin başında *kentleşme* gelmektedir. Kentleşmenin hızla artması ile insanlar geniş arazilerdeki evler yerine sokaklarında sıklıkla arabaların geçtiği apartman dairelerinde yaşamlarını sürdürmeye başlamışlardır. Bir diğer neden ise teknolojik yenilikler neticesinde ortaya çıkan bilgisayar temelli yazılımlar ve bu teknolojiye hızla ayak uyduran kitle iletişim araçlarıdır. Bu araçlar sayesinde yepyeni bir mecra olarak ortaya çıkan internet ve sosyal medya çocuklar tarafından fazlaca benimsenmiştir. Sokakta arkadaş gruplarıyla oynanan yüz yüze oyunlar yerlerini bilgisayar ve internette oynanan dijital oyunlara bırakmıştır. Oyun alanları kısıtlanan çocukların arkadaş olarak da mahalleyi bırakıp online mecralara yönelmesi, sokak veya mahalle arkadaşlığı kavramının giderek yok olmasına neden olmuştur.

1950'li yıllar itibariyle evde bulunan *medya çeşitliliğindeki artış*, bir diğer sebeptir. Medya çeşitliliği ev ortamında iki tür değişim yaşanmasına neden olmuştur. İlk değişim eğlence unsurlarının eve girmesi, ikincisi ise söz konusu eğlence unsurlarının evde bireylere özgü nitelik taşır hale gelmesidir (Ülger 2012: 295). Anne babanın güvenlik, kötü alışkanlıklar kazanma v.b. kaygılar nedeniyle çocuğunun sokakta değil, evde oynamasını ve evde vakit geçirmesini istemesi ilk değişime örnek olarak verilebilirken (Malcolm & Tisdall 2007: 178); salon ya da oturma odası gibi ortak kullanım alanında olan televizyonun ya da bilgisayarın yatak odası veya çocuk odası gibi bireysel yaşam alanlarında yerini almış olması yani eğlence araçlarının özelleşmesi (Livingstone 2002: 166) de ikinci değişime örnek olarak verilebilir⁴.

d. Oyunda Ebeveyn ve Çocuk

İnternet ve sosyal medya ortamında çocukların zihinsel ve psikolojik gelişimlerini olumsuz etkileyecek; cinsellikten terörizme, bağımlılıktan korsanlığa, kumardan dolandırıcılığa kadar pek çok içerik mevcuttur ve çocuklar bu içeriğe kolayca ulaşabilmektedir. Bu mecralarda ebeveynin çocuklarını yalnız bırakıp kontrol etmemeleri, çocukların heyecan duyarak ve

⁴Diğer online oyun oynama motivasyonları için bkz; (Yee 2006: 773-774)

merak ederek, kötü kişiler ile temas kurabilmesine kadar götürebilmekte, fiziksel şiddet görmesine, hatta ve hatta ölümlerine dahi sebebiyet verebilmektedir (Özsoy 2010: 263).

İnsan hayatının her döneminde var olan bir etkinlik olmakla birlikte yaşamın ilk yıllarında çocuğun yaşadığı dünyayı tanınması, sevgilerini, kıskançlıklarını, mutluluklarını, düşmanlıklarını, iç çatışmalarını, hayallerini, düşüncelerini ifade edebilmesi için en uygun “dil” olarak kabul edilen oyunun (Oktay 2004: 254), anne babanın kontrolünde olmayan ve çocuğun serbestçe dolaşıp kolayca psikolojik ve fiziksel zararlar görebileceği bir mecrada gelişiyor olması elbette endişe vericidir.

Bunların dışında, çocukların ebeveynleriyle vakit geçirmeden, onlarla konuşmadan ve sosyal aktivitelere vakit ayırmadan kendilerine arkadaş kabul ettikleri, dost buldukları sosyal medyaya koşmaları ve burada zamanlarının pek çoğunu geçirmeleri; aile içinde bir iletişim boşluğuna neden olmakta, bu da nesiller arasındaki kültür aktarımının ve etkileşimin uzun vadede durmasına ve çocuk ile anne-babanın kültürleri, dilleri ve sosyallikleri arasında bir ayrışmaya sebebiyet vermektedir. Prensky’ de buna değinerek “dijital yerliler” olarak adlandırdığı 21. Yüzyıl çocuklarının dijital oyunların dijital dilini anadil olarak konuştuklarını ifade etmektedir. Buradan hem ailede anne baba ile, hem de eğitim hayatlarında öğretmenleri ile bir kuşak çatışması olduğuna dikkat çekmektedir (2001). Nihayetinde iki kuşak birbirini anlamaz hale gelebilecek ve bir süre sonra evin içinde farklı davranışlar sergileyip farklı bir dil konuşan, birbirine yabancılaşan çocuklar ve ebeveynler görülebilecektir.

Yukarıdaki tespitlerin tam tersini ortaya koyan araştırmalar da mevcuttur. Almanya’da yapılmış bir araştırma, sanılanın aksine online oyunları çocukların değil, ortalama yaşı 34 olan bireylerin oynadığını, offline (video) oyunlarını oynama yaşının ise ortalama 45 olduğunu, bu bireylerin sosyal hayatlarının ve sağlık durumlarının oyun oynamayanlardan farkının olmadığını ortaya koymaktadır (Kowert vd. 2014: 145). Bu araştırma dijital oyun oynayanlar hakkındaki olumsuz görüşleri reddediyor olsa da araştırma sonuçlarına göre oyun oynayanlardaki düşük tolerans, bazı ruhi bunalımlar, manevi problemler, aile ve sosyal hayata dair ilişkilerin zarar görmesine göz yumulması gibi problemler ve aşırı oyun oynama davranışları gösterenlerin profili, dijital oyun oynayanların stereotipi ile büyük oranda uyuşmaktadır (Grohol 2013)⁵. Ayrıca dijital oyunların bahsedilen bütün olumsuzluklarının yanı sıra, bağımlılık olmadığı müddetçe çocuğun içindeki şiddet dürtüsünün bu oyunlar sayesinde boşaltıldığını ve bazı mental hastalıkların bu şekilde tedavi edilebileceğini

(Montague 2013), bu nedenle olumlu etkisi olduğunu savunan görüşlerin mevcut olması (Özkan 2009), hatta online oyunların çocukların sosyalleşmesinde önemli bir araç olduğunu belirten çalışmaların olması (Taylor vd. 2014; Steinkuehler & Williams 2006: 904), konunun derinlemesine araştırılması gerekliliğini ortaya koymaktadır.

II. YÖNTEM

Bu çalışma, internet ve sosyal medya ortamındaki oyunların çocukların oyun alışkanlıklarına, anne babanın çocukları arasındaki oyun alışkanlıklarına ve anne-babanın kendileri arasındaki oyun alışkanlıklarına ne şekilde etki ettiğini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bu nedenle Kayseri evreninde ilköğretim 4. ve 5. sınıflarda öğrenim gören öğrenciler ve onların ebeveynleri üzerinde anket yapılarak saha araştırması gerçekleştirilmiştir. Bu araştırmanın tüm Kayseri'yi temsil edebilmesi amacıyla Kayseri Milli Eğitim Müdürlüğü'nde bölgesel olarak ayrılmış okullar içinden, bölgedeki eşit okulların isimleri bir torbaya konularak, tesadüfi 15 okulun ismi seçilmiştir. Örneklemin evreni temsil edebilmesi için sosyo-ekonomik düzeyleri alt, orta ve üst seviyede olan öğrencilerin eğitim gördüğü Kocasinan, Melikgazi ve Talas ilçelerindeki 15 ilköğretim okulunda öğrenim gören öğrenciler ve onların ebeveynleri seçilmiştir. Sahaya inmeden önce anlaşılabilirlik ve analizlere uygunluk düzeyinin tespit edilebilmesi için 25'i 4. sınıf, 25'i 5. sınıf olmak üzere 50 öğrenciye ve onların ebeveynlerine anket uygulanmıştır. Anlaşılmayan ve karıştırılan yerler düzeltildikten sonra ankete son hali verilmiştir. Anketler, belirlenen 15 okulun belirtilen sınıflarında öğrenim gören 650 öğrenciye ve onların ebeveyni olan 650 kişi olmak üzere toplam 1300 kişiye uygulanmış, hatalı ve çelişenler ayrılarak 591 öğrenci ve 566 ebeveynin (toplamda 1157 kişi) cevapladığı anketler analize tâbi tutulmuştur.

Verilerin analizinde sırasıyla araştırmaya katılanların sosyo-demografik özelliklerine ilişkin verileri; oynadıkları oyunların tercihine, süresine, mecrasına ve arkadaşlıklarına ilişkin verileri betimlemek amacıyla frekans dağılımları ve merkezi eğilim istatistikleri gibi betimleyici istatistik tekniklerinden; ebeveynlerin ve çocukların oyun alışkanlıklarına ilişkin verilerin arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymak için korelasyon analizlerinden; tercih edilen oyunların sosyo-demografik özellikler açısından sergilediği farklılaşmayı ölçmek için chi-square testinden yararlanılmıştır.

⁵ Online oyun oynayanların negatif stereotipleri için bkz; (Wellings 2010)

Anne-baba ve çocuklarının hangi oyunları oynadığı gibi geniş bir konunun kısa bir süre içinde ve belli maliyetlerle ele alınıp incelenmesi, araştırma içeriğine ve alanına bazı sınırlamaların getirilmesini mecburi kılmıştır. Araştırmanın ilk sınırlılığı ilköğretim 4. ve 5. sınıflarında okuyan öğrencilerin ve onların ebeveynlerinin temel alınarak diğer sınıflarda öğrenim gören farklı yaş gruplarındaki çocukların ve onların anne-babalarının kapsam dışında tutulmasıdır. İkinci sınırlılık ise konu içeriğinde olup oyun alışkanlıklarına etki eden psikolojik ve sosyolojik faktörler inceleme dışı tutularak oyunun sadece sosyal medya ve internet gibi yeni mecralar üzerinden oynanıp oynanmadığının araştırılması şeklindedir. Araştırmada tümevarım yöntemi takip edilmiştir.

Araştırmada şu hipotezlerin doğruluğu sınanmıştır:

- Ebeveynlerin çocukken oynadıkları oyun alışkanlıkları ile çocukların şu anki oyun alışkanlıkları arasında ciddi farklılıklar mevcuttur.
- Çocuklar geleneksel oyunları değil, online oyunları oynamaktadır.
- Ebeveynler çocuklarıyla geleneksel oyunları oynamayı tercih etmektedir.
- Ebeveynler çocuklarının geleneksel oyunlar yerine online oyunlar oynamasını tercih etmektedir.

III. BULGULAR VE YORUMLAR

Araştırma sonuçlarına göre çocukların %48,1'i (280 kişi) erkek; %51,9'u (302 kişi) kızdır. 9 kişi cinsiyetini belirtmemiştir. %34,3'ü 4. sınıfa, %65,7'si 5. sınıfa gitmektedir. Ebeveynlerin ise %41,8'i (236 kişi) erkek, %58,2'si (328 kişi) kadındır. 2 kişi cinsiyetini belirtmemiştir. %51,9'unu 35-44 yaş arası; %36,1'ini 25-34 yaş arası; %11,6'sını 45-54 yaş arası; %0,4'ünü de 55-64 yaş arası bireyler oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan ebeveynlerin %41,4'ü ilkokul; %27,6'sı lise; %19,7'si ortaokul; %8'i üniversite; %0,2'si lisansüstü eğitim almış olup %3,1'inin eğitimini belirtmemiştir (Bkz. Tablo 1.).

Tablo 1. Çocukların ve ebeveynlerin demografik özellikleri

Demografik Özellikler	Frekans	Geçerli Yüzde (%)	
Çocuk Cinsiyet	Erkek	280	48,1
	Kız	302	51,9
	Belirtmeyen	9	
	Toplam	591	100
Ebeveyn Cinsiyet	Erkek	236	41,8
	Kadın	328	58,2
	Belirtmeyen	2	
	Toplam	566	100
Çocuk Sınıf	4. Sınıf	200	34,3
	5. Sınıf	383	65,7
	Belirtmeyen	8	
	Toplam	591	100
Ebeveyn Yaş	25-34	202	36,1
	35-44	290	51,9
	45-54	65	11,6
	55-64	2	0,4
	65 ve üzeri	0	0
	Belirtmeyen	7	
Toplam	566	100	
Ebeveyn Eğitim	Eğitimi Yok	17	3,1
	İlkokul	223	41,4
	Ortaokul	106	19,7
	Lise	149	27,6
	Üniversite	43	8,0
	Lisansüstü	1	0,2
	Belirtmeyen	27	
	Toplam	566	100
Ebeveyn Meslek	Ev Hanımı	287	52,2
	Öğretmen	14	2,6
	Serbest Meslek	222	40,4
	Kamu Personeli	25	4,6
	Mühendis	1	0,2
	Belirtmeyen	17	
	Toplam	566	100

Araştırma sonuçlarına göre çocukların %41,7'si yakalamaca, saklambaç, simit gibi kovalamaca oyunlarını tercih ederken; %27,7'si bisiklet sürme, futbol, voleybol gibi spor oyunlarını; %24,6'sı istop, çanak gibi top oyunlarını; %6'sı da ip atlamalı oyunları tercih etmektedir. Çocuklar ile ebeveynlerin çocukken oynadıkları oyunlar arasında ciddi bir

farklılık göze çarpmamakta olup ebeveynlerin en çok oynadıkları oyunların başında %15 ile saklambaç, %13,8 ile met (çelik-çomak), %9,9 evcilik, %7,4 ile topla oynanan oyunlar gelmektedir. Anne babaların %52,7'si bu sayılmış olan oyunların hepsini sıklıkla çocukken oynamışlardır. Satranç, dama, domino gibi oyunlar en az tercih edilen oyunlardır (%1,2) ve “Diğer” kategorisi içinde belirtilmiştir (Bkz. Tablo 2.).

Tablo 2. Çocukların ve ebeveynlerin (çocukken) oynamayı en çok tercih ettiği oyunlar

Çocukların en çok tercih ettikleri geleneksel oyunlar	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Kovalamaca	236	41,7
Spor oyunları	157	27,7
Topla oynanan oyunlar	139	24,6
İp atlamalı oyunlar	34	6
Belirtmeyen	25	
Toplam	591	100
Ebeveynlerin çocukken en çok tercih ettiği oyunlar	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Saklambaç	85	15
Met (çelik- çomak)	78	13,8
Evcilik	56	9,9
Topla oynanan oyunlar	42	7,4
Yukarıdakilerden pek çoğu	298	52,7
Diğer	7	1,2
Toplam	566	100

Sonuçlar göstermektedir ki hem çocukların ($p<0,001$) hem de ebeveynlerin ($p<0,05$) çocukken oynadıkları oyunlarda cinsiyetlerine göre tercihler söz konusudur. Çocuklarda özellikle “Dokuz Aylık” ve “Alman Kale” gibi futbol türevi spor oyunlarını erkek çocuklar %55,6 ile oynamayı tercih ederken kız çocukları %1,7 ile bu oyunlara rağbet etmemekte, aynı şekilde %11,4 ile kız çocukları tarafından oynanan ip atlama oyunlarına erkek çocukları %0,4 oranıyla ilgi göstermemektedirler. Topla oynanan istop, yakar top gibi oyunlardaki farklılık da net olarak görülebilmektedir. Ebeveynlerde, çocukluğunda saklambaç oynayanların %72,6'sının, evcilik oynayanların ise %96,4'ünün anneler olduğu; futbolun da içinde bulunduğu top ile oynanan oyunları oynayanların ise %81'inin ise babalar olduğu görülmektedir (Bkz. Tablo 3.).

Tablo 3. Çocukların ve ebeveynlerin (çocukken) oynamayı en çok tercih ettiği oyunların cinsiyete göre farklılığı

Ebeveynlerin (çocukken) en çok tercih ettikleri oyunlar	Cinsiyet		P
	Kadın (n=328)	Erkek (n=236)	
Saklambaç	72,6	27,4	<0,05
Çelik- çomak (met)	47,4	52,6	
Evcilik	96,4	3,6	
Topla oynanan oyunlar	19,0	81,0	
Yukarıdakilerden pek çoğu	55,6	44,4	
Diğer	42,9	57,1	
Çocukların en çok tercih ettikleri oyunlar	Cinsiyet		P
	Kız (n=289)	Erkek (n=268)	
Kovalamaca	49,5	33,6	<0,001
Spor oyunları	1,7	55,6	
Top ile oynanan oyunlar	37,4	10,4	
İp atlama	11,4	0,4	

Sosyal medya kullanan ebeveynlerin %81,6'sı bu mecrada oyun oynamaktayken sosyal medya oyunları oynayan dilimin %69,2'si 1 saate kadar, %26,9'u ise 2 saate kadar bu oyunları oynamaktadır. Çocukların ise %15,4'lik dilimi sosyal medya oyunlarını oynamamaktayken %40,9'luk dilim 60 dakikaya kadar; %40,9'luk diğer bir dilim ise 60-179 dakika arasında vakitlerini sosyal medya oyunlarına ayırmaktadır. 180 dakika ve daha uzun süre vakit ayıran çocukların oranı ise %2,8'dir (Bkz. Tablo 4.).

Tablo 4. Sosyal medyada oyun oynayan çocukların ve ebeveynlerin bu mecrada oyuna ayırdıkları zaman

Çocukların sosyal medyada oyuna ayırdıkları zaman	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Hiç	83	15,4
60 dakikaya kadar	221	40,9
60-179 dakika arası	221	40,9
180-299 dakika arası	15	2,8
Belirtmeyen	51	
Toplam	591	100
Ebeveynlerin sosyal medyada oyuna ayırdıkları zaman	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
60 dakikaya kadar	72	69,2
60-119 dakika arası	28	26,9
120-179 dakika arası	3	2,9
179-300 dakika arası	1	1,0
Bu oyunları oynamayanlar	462	
Toplam	566	100

Çocuklardan dijital oyunları geleneksel oyunlara tercih edenlerin oranı %12,9 iken geleneksel oyunu dijital oyunlara tercih edenlerin oranı %28,3'tür. Her iki oyun türünü de oyun oynarken tercih eden çocukların oranı ise %58,8'dir (Bkz. Tablo 5.).

Tablo 5. Çocukların geleneksel oyun/ dijital oyun tercihleri

Geleneksel oyun/ dijital oyun tercihi	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Geleneksel oyunu dijital oyuna tercih ederim	162	28,3
Dijital oyunu geleneksel oyuna tercih ederim	74	12,9
Her ikisini de oynamak isterim	337	58,8
Belirtmeyen	18	
Toplam	591	100

Ebeveynlerin çocuklarıyla oynadıkları oyun tercihlerine bakıldığında çocuklarıyla geleneksel oyunları oynayan anne-babaların oranı %36,6; bilgisayar video oyunu oynayanların oranı %22,2; internet oyunu oynayanların oranı 12,3'tür. Buradan %34,5 oranında ebeveynin çocuklarıyla dijital oyun (bilgisayar/video+internet) oynadıkları sonucuna ulaşılmaktadır (Bkz. Tablo 6.).

Tablo 6. Ebeveynlerin çocuklarıyla oynadıkları oyun tercihi

Ebeveynin çocuklarıyla oynadıkları oyun tercihi	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Geleneksel oyun	152	36,6
Bilgisayar / video oyunu	92	22,2
İnternet oyunu	51	12,3
Diğer	120	28,9
Belirtmeyen	176	
Toplam	591	100

Kentleşmeye, teknolojik gelişmelere ve yoğun iş temposuna rağmen ebeveynler %51,8 gibi bir oranla geleneksel oyunları oynamayı dijital oyunlar oynamaya yeğlemektedir. Dijital oyunu yeğleyenlerin oranı %13,4; her ikisini de tercih edenlerin oranı %25'tir (Bkz. Tablo 7.).

Tablo 7. Ebeveynlerin geleneksel oyun/dijital oyun tercihleri

Ebeveynlerin geleneksel oyun/dijital oyun tercihleri	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Geleneksel oyunları oynamayı dijital oyun oynamaya tercih ederim.	290	51,8
Dijital oyun oynamayı geleneksel oyunları oynamaya tercih ederim.	75	13,4
Her ikisini de oynamak isterim.	140	25,0
Hiç birini istemem.	55	9,8
Belirtmeyen	6	
Toplam	566	100

Ebeveynler internet oyunlarını %82,2; sosyal medya oyunlarını ise %82,1 gibi yüksek bir oranla oynamayı tercih etmemektedirler. Çocuklar online oyunları oynamayı tercih ederken ebeveynlerinin bu mecraları yüksek oranla reddetmeleri, jenerasyon boşluklarındaki eşiği arttırıcı bir etki meydana getirebilecektir (Bkz. Tablo 8.).

Tablo 8. Ebeveynlerin online oyunları (internet & sosyal medya) tercihi

Ebeveynlerin online oyunları (internet & sosyal medya) tercihi	Evet		Hayır	
	Frekans	Geçerli Yüzde (%)	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
İnternette oyun oynamayı tercih eder misiniz?	100	17,8	463	82,2
Sosyal medyada oyun oynamayı tercih eder misiniz?	99	17,9	455	82,1

Araştırmada ayrıca şu sonuçlar elde edilmiştir:

Çocukların %6,9'u hiçbir şekilde geleneksel oyun oynamamaktadır. Çocukların %20,9'u 1 saate kadar, %59,4' ü 3 saate kadar, %10,5'i 5 saate kadar ve %2'si de 5 saat ve üzerinde oyun oynamakta olup ortalama oyun oynama süresi 86,62 dakikadır. Buradan çocukların günde 2 saate yakın sürelerini geleneksel oyun oynayarak geçirdikleri söylenebilir (Bkz. Tablo 9.).

Tablo 9. Çocukların Sokak Oyunlarına Ayırdığı Vakit

Sokak Oyununa Ayrılan Vakit	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Hiç	39	6,9
60 dakikaya kadar	118	20,9
60-179 dakika	335	59,4
180-299 dakika	59	10,5
300 ve üzeri	13	2,3
Belirtmeyen	27	
Toplam	591	100

Çocukların sokak oyunlarını oynama düzeyi ile sokak oyunlarını dijital oyunlara nazaran daha eğlenceli bulma seviyeleri arasında istatistiksel olarak anlamlı, pozitif yönlü ve kuvvetli düzeyde bir ilişki söz konusudur ($r=0,617$; $p<0,01$). Çocukların daha eğlenceli buldukları için dijital oyunlar yerine sokak oyunlarını tercih ediyor olduğunu söylemek araştırma sonuçlarıyla mümkün olabilmektedir (Bkz. Tablo 10.).

Tablo 10. Çocukların Sokak Oyunlarını Eğlenceli Bulması ile Oynaması Arasındaki İlişki

Çocukların	Sokak Oyunlarını Daha Eğlenceli Bulması	
	Sokak Oyunu Oynama Düzeyi	Correlation Coefficient
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	486

** . Korelasyon 0,01 seviyesinde (2-tailed) anlamlıdır.

Çocuklardan %64,3'ünün evinde bilgisayar vardır. Çocukların %39,5'i internete evinde, %15,4'ü ise okullarında bağlanabilmekteyken %11,5'i internete bağlanabilmek için internet kafelere gitmektedir. Çocuklar internetle ilk olarak %47,6 ile ailesi tarafından tanıştırılmakta, internet üzerinden en çok oyunu da %62 ile evlerinde oynamaktadırlar.

Çocuklar internet üzerinden oyunlara günde ortalama 54,08 dakikalarını ayırmakta, hiç ayırmayanlar örneklemin %15,8'ini, 60 dakikaya kadar internet üzerinden oyun oynayanlar %36,2' sini, 60-179 dakika arasında oynayanlar %45'ini, 3 saat ve üzeri vakit ayıranlar ise %3'ünü oluşturmaktadır (Bkz. Tablo 11.).

Tablo 11. Çocukların İnternet Oyunlarına Ayırdığı Dakika Dağılımları

İnternette Oyuna Ayrılan Vakit	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Hiç	88	15,8
60 dakikaya kadar	201	36,2
60-179 dakika	250	45
180-299 dakika	14	2,5
300 ve üzeri	3	0,5
Belirtmeyen	35	
Toplam	591	100

Çocukların %55' i, oynadıkları oyunları “Kraloyun.com” ve “Oyungemisi.com” gibi oyun siteleri üzerinden oynamakta, bunu %24 ile “Mynet.com”, “E-kolay.net”, “Yahoo games”, “Pogo.com” gibi günlük siteler üzerinden oynamakta, %20 ile de “Facebook”, “Myspace” gibi sosyal medya kanalları üzerinden oyun oynamayı tercih etmektedir (Bkz. Tablo 12.).

Tablo 12. Çocukların İnternet Oyunları Oynamak İçin Tercih Ettiği Site Dağılımları

İnternette Oyuna Ayrılan Vakit	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Oyun siteleri	278	55
Mynet, Google gibi günlük siteler	121	24
Facebook, Twitter gibi sosyal medya	101	20
Diğer	5	1
Belirtmeyen	86	
Toplam	591	100

Çocukların dijital oyunlara ayırdıkları vakit ile dijital oyunları daha eğlenceli bulmaları arasında istatistiksel olarak pozitif yönlü ve kuvvetli düzeyde, anlamlı bir ilişki ortaya çıkmaktadır ($r=0,684$; $p<0,01$). Buradan da dijital oyun oynayan çocukların oyun alışkanlıklarında dijital oyunların iyice yer ettiğini, geleneksel oyunlara nazaran dijital oyunların oynandığını söylemek mümkündür (Bkz. Tablo 13.).

Tablo 13. Çocukların Dijital Oyunları Daha Eğlenceli Bulması ile Dijital Oyun Oynamaları Arasındaki İlişki

Çocukların	Dijital Oyunları Daha Eğlenceli Bulma	
Dijital Oyun Oynama Düzeyi	Correlation Coefficient	0,684**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	442

** . Korelasyon 0,01 seviyesinde (2-tailed) anlamlıdır.

Araştırmaya katılan çocuklardan %79,3 gibi büyük bir çoğunluğu sosyal medya kullanımı olarak Facebook.com'u tercih etmektedir (Tablo 12). Facebook' u %5,1 ile Twitter.com takip ederken geriye kalan %15,6'lık dilimi ise Bebo, Myspace, MSN ve diğer sosyal medya araçları paylaşmaktadır. Daha önce yapılan birçok çalışmayla örtüşen bu durum, Facebook' un açık ara önde olduğunu göstermektedir (Bkz. Tablo 14.).

Tablo 14. Çocukların Sosyal Medya Tercihleri Dağılımları

Sosyal Medya Tercihi	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Facebook	341	79,3
Twitter	22	5,1
MySpace	4	0,9
Bebo	11	2,6
Diğer	52	12,1
Belirtmeyen	161	
Toplam	591	100

Facebook.com' un kullanımının bu denli yüksek oluşu, çocukların sosyal medya da oyun oynama tercihi ile pozitif yönde orta düzeyde ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki içerisinde ($r=0,547$ $p < 0,001$) kendini göstermekte, sosyal medya üzerinden oyun oynayan çocukların %69,3'ü Facebook.com da oyun oynamayı tercih etmektedir (Bkz. Tablo 15.).

Tablo 15. Çocukların Sosyal Medya Tercihi ile Oyun İçin Sosyal Medya Tercihi Arasındaki İlişki

Çocukların	Oyun İçin Sosyal Medya Tercihi	
Sosyal Medya Tercihi	Correlation Coefficient	0,547**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	415

** . Korelasyon 0,01 seviyesinde (2-tailed) anlamlıdır.

Sosyal medyada oyun oynayan çocukların en çok tercih ettiği oyunlar %20,2 ile çiftlik ve şehir yapma oyunları (Farmville, Cityville, Bizim Çiftlik, Farm Life, Paradise Island vs.), %16 ile macera oyunları (Mario Bros, Hastaneden Kaçış, Hazine Adası vs), %13,8 ile moda oyunları (Barbie, Sorority Life, Ben 10 Giydir, Diva Starz, Stardoll vs.), %13,1 ile savaş oyunları (Mafia Wars, Travian vs.), %12,2 ile araba yarışı oyunları (Fish Truck, Lose The Heat, Rush Rush Pizza,) ve yemek oyunları, evcil hayvan oyunları gibi oyunlardır. Burada dikkat çeken bir önemli nokta, %1'lik bir dilimin okey, tavla gibi yetişkinlerin oynadığı türden şans oyunlarını oynamayı tercih ediyor olmasıdır (Bkz. Tablo 16.).

Tablo 16. Çocukların Sosyal Medya Tercihleri Dağılımları

En Çok Oynanan Sosyal Medya Oyunları	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Top ile Yapılan Spor	23	7,4
Araba Yarışı	38	12,2
Çiftlik-Şehir Yapma	63	20,2
Moda	43	13,8
Savaş – Dövüş	41	13,1
Doktor Oyunları	4	1,3
Evcil Hayvan	9	2,9
Dini	1	0,3
Yemek	5	1,6
Zekâ	32	10,3
Macera	50	16
Şans Oyunları	3	1
Belirtmeyen	312	
Toplam	591	100

Çocukların aynı geleneksel oyunlarda olduğu gibi cinsiyetleri ile sosyal medyada oynadıkları oyun arasında anlamlı bir farklılık ($p<0,001$) ortaya çıkmaktadır. Buna göre erkek çocuklar %12,7 ile futbol, basketbol tarzı “Top ile Oynanan Spor” oyunlarını ve %11,4 ile “Araba Yarışı” oyunlarını oynamayı tercih ederken kız çocuklarının bu oyunları oynama tercihi toplamda %5,2’de kalmaktadır. Tam tersi olarak kız çocukları da bebeklere kıyafetlerin giydirildiği “Moda” oyunlarını %28,2 ile oynamayı tercih ederken erkek çocuklar bu oyunları %0,09 gibi bir oranla tercih etmektedir. “Savaş/Dövüş” oyunlarında ve “Zekâ” oyunlarında da bu farklılığı görmek mümkündür. Buradan erkek ve kız çocuklarının sosyal medya üzerinden oynadığı oyunlarda aynı geleneksel oyunlarda olduğu gibi cinsiyetlerinin etkisini görmek mümkündür (Bkz. Tablo 17.).

Tablo 17. Çocukların Sosyal Medyada En Çok Oynadığı Oyunların Cinsiyetleri Bakımından Farklılaşması

Ebeveynlerin (çocukken) en çok tercih ettikleri oyunlar	Cinsiyet		P
	Kız (n=209)	Erkek (n=229)	
Top İle Yapılan Spor	3,3	12,7	<0,001
Araba yarışı	1,9	11,4	
Çiftlik / Şehir Yapma	19,1	17	
Moda	28,2	0,9	
Savaş / Dövüş	3,8	22,7	
Doktor	1,9	0	
Evcil Hayvan	1,9	1,3	
Bilardo	0	0,4	
Dini	1	0	
Yemek	2,9	0,9	
Zekâ	10,5	6,6	
Macera	25,4	26,2	

Çocukların cinsiyetleri ile sosyal medyada oyun oynama sebepleri arasında da istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık ($p<0,05$) söz konusudur. Erkek çocukları sosyal medyada oyun oynamayı vakit geçirmek (%22) ve arkadaşları ile yarışmak (%10,20) için tercih ederken kız çocukları bu ortamdaki oyunları eğlenmek (%78,3) için kullanmaktadır. Buradan erkek çocuklarının rekabet ortamını online mecraya taşıdığı yorumlanabilir. Geleneksel oyunlarda çocuk yenmeyi, yenilmeyi, rekabeti, oyuna kabul edilmeyi veya edilmemeyi yaşamakta ve dolayısıyla grup içindeki davranışlarına şekil vermektedir. Dijital de olsa çocuklar bu oyunlarda da rekabet hissine kapılmaktadır. Buradan geleneksel oyunların çocuk üzerindeki rolünü dijital oyunlar git gide üzerine almaktadır gibi bir sonuca ulaşılabilir (Bkz. Tablo 18.).

Tablo 18. Çocukların Sosyal Medyada Tercih Ettiği Oyunların Cinsiyetleri Bakımından Farklılaşması

Sosyal Medya Oyunu Tercih (%)	Cinsiyet		P
	Kız (n=226)	Erkek (n=245)	
Vakit geçirmek	15,5	22	0,034
Eğlenmek	78,3	66,5	
Arkadaş ile yarışmak	5,3	10,2	
Diğer	0,9	1,3	

Çocuklar ne kadar internet üzerinden veya sosyal medya üzerinden oyun oynamayı tercih etse de oradaki arkadaşlığı arkadaşlık olarak görmemekte, geleneksel oyunlardaki arkadaşlığı %86,2 ile daha samimi bulmaktadır. Dijital ortamlardaki arkadaşlığın daha samimi olduğunu düşünen çocuklar örneklemin %6,5' ini oluştururken oradaki arkadaşların gerçek olduğunu düşünen ve onlara sonuna kadar güvenen çocukların sayısı da %2,2' lik dilimi oluşturmaktadır (Bkz. Tablo 19.).

Tablo 19. Çocukların Oyun Arkadaşlığı Tercih Dağılımları

En Çok Oynanan Sosyal Medya Oyunları	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Sokak Oyunlarındaki Arkadaşlıklar Daha Samimi	506	86,2
Dijital Oyunlardaki Arkadaşlıklar Daha Samimi	38	6,5
İnternet Sanaldır, İnanmıyorum	30	5,1
İnternet Gerçektir, Arkadaşlıklara Güveniyorum	13	2,2
Belirtmeyen	4	
Toplam	591	100

Çocukların %91,5'i anne babasının çocukluğunda ne oynadığını bilmektedir ve %90,2'lik bir kısmı da anne babalarının çocukluklarında oynadıkları o oyunları günümüzde de oynamaktadır. Çocuklara anne babalarının şu an oyun oynayıp oynamadığı sorusu yöneltildiğinde de çocukların %49,7'si "hayır" cevabını verirken %42,8'lik bir kesim "bazen" cevabını, vermiştir.

Oyun oynayan anne babaların günümüzdeki oyun tercihlerini %61,5'lik bir oranla çocukluğunda oynadığı geleneksel oyunlar, %9,1'lik bir oranla da çocukluğunda teknolojik etkenlerle hiç oynayamadığı dijital oyunlar oluşturmaktadır (Bkz. Tablo 20.).

Tablo 20. Çocukların Anne Babalarının Şu An Oynadıkları Oyun Dağılımları

Anne Babanın Şu An Oyun Oynama Tercih	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Geleneksel	292	61,5
Dijital	43	9,1
Hiçbirini	140	29,5
Belirtmeyen	116	
Toplam	591	100

Araştırma sonuçlarına göre anne babaların yarıya yakını çocukluklarıyla 2 ila 4 saat civarında oyun oynamaktadır. Ortalama oynama süresi 3,1 saattir (Bkz. Tablo 21.).

Tablo 21. Anne babaların çocukluklarında oyun oynamaya ayırdıkları vakit

Oyuna ayrılan vakit	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
1 saate kadar	100	18,2
2 saate kadar	162	29,4
4 saate kadar	171	31,0
6 saate kadar	91	16,5
6 saat ve üzeri	27	4,9
Belirtmeyen	15	
Toplam	566	100

Oyun arkadaşlığı bakımından ebeveynler çocukluklarında fazla sayıda arkadaşına sahiptir. Çocukluğunda hiç arkadaşı olmayan anne babaların oranı binde beştir (Bkz. Tablo 22.).

Tablo 22. Anne babaların çocukken sahip olduğu oyun arkadaşları mevcudu

Oyun arkadaşlarının mevcudu	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Çok vardı	374	66,5
Vardı ama çok sayılmazdı	186	33,0
Hiç yoktu	3	0,5
Belirtmeyen	3	
Toplam	566	100

Ebeveynlerin çocukluklarında oynadıkları oyunları günümüzde kendi çocuklarının neredeyse tamamına yakını da oynamaktadır. En fazla oynanan oyunlar sıralamasında anne babalarının aksine futbol basketbol gibi topla oynanan oyunlar ilk sırada yer alırken saklambaç ve evcilik onu takip etmektedir. Çocukların %43,4'ü bu oyunların yanı sıra diğer oyunların da pek çoğunu oynamaktadır. "Diğer" kategorisi içinde yer alan satranç ve dama gibi oyunları oynama oranları ise anne babalarının çocukken oynama oranlarına nazaran düşüktür. Çocuklardan %1'lik bir dilim anne babalarının oynamış olduğu oyunların hiç birini oynamamıştır (Bkz. Tablo 23.).

Tablo 23. Çocukların günümüzde anne babaları çocukken oynamış olduğu oyunlar

Çocukların günümüzde oynadıkları ebeveynlerinin oynamış olduğu oyunlar	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Saklambaç	107	19,2
Çelik- çomak (met)	8	1,4
Evcilik	54	9,7
Topla oynanan oyunlar	136	24,4
Yukarıdakilerden pek çoğu	242	43,4
Diğer	5	0,9
Hiçbiri	6	1,0
Belirtmeyen	8	
Toplam	566	100

Ebeveynler bilgisayarı %50 gibi bir oranla kullanmakta olup interneti %42,5 gibi bir oranla kullanmayı tercih etmektedir. %65,9 gibi bir oran ile ebeveynler sosyal medya kullanımına olumsuz bakmaktadır (Bkz. Tablo 24.).

Tablo 24. Anne babaların bilgisayar, internet ve sosyal medya ortamlarını kullanma durumları

Anne babaların bilgisayar, internet ve sosyal medya kullanımı	Evete	Hayır	
	Frekans	Geçerli Yüzde (%)	Frekans

Bilgisayar kullanıyor musunuz?	282	50,0	282	50,0
İnternete bağlanıyor musunuz?	240	42,5	325	57,5
Sosyal medyada vakit geçirir misiniz?	131	34,1	369	65,9

Anne babalar internete en çok evlerinden (%42,2) bağlanmayı tercih ederken bunu cep telefonu (%12), internet kafeler (%7,4) ve iş yerleri (%5,4) izlemektedir (Bkz. Tablo 25.).

Tablo 25. Anne babaların internete bağlandığı mecra tercihleri

İnternete bağlanma tercihi	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Ev	211	42,2
Cep telefonu	60	12,0
İnternet kafe	37	7,4
İş	27	5,4
Diğer	21	4,2
Bağlantı kurmuyorum	144	28,8
Belirtmeyen	66	
Toplam	566	100

İnternete bağlanan anne babaların sosyal medya tercihleri ise açık farkla (%45,4), üye sayısı Türkiye’de 31 milyonu (<http://www.sabah.com.tr> 2012) dünyada ise bir milyarı (<http://www.sabah.com.tr/2> 2012) aşan Facebook’tur. Facebook’u bir başka çok kullanılan platform olan Twitter takip etmektedir (%2,9). MySpace (%0,7); Bebo (%0,5) ve “Diğer” kategorisi altında yer alan LinkedIn, YouTube, Instagram, WhatsApp gibi uygulamalar (%6,5) ise birbirine yakın oranlarla az da olsa anne babalar tarafından tercih edilmekteyken %44’ lük bir dilim sosyal medyada yer almamakta ve bu mecraı takip etmemektedir (Bkz. Tablo 26.).

Tablo 26. Anne babaların sosyal medya platformları tercihi

Sosyal medya tercihi	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Facebook	201	45,4
Twitter	13	2,9
MySpace	3	0,7
Bebo	2	0,5
Diğer	29	6,5
Sosyal medyada yer almıyorum	195	44,0
Belirtmeyen	123	
Toplam	566	100

Sosyal medya üzerinde oyun oynayan ebeveynler, en fazla “tavla” ve “okey” oynamaktadırlar (%51,1). Bu oyunları “Farmville” ve “Bizim Çiftlik” tarzı gündelik hayat oyunları (%23,9); futbol ve F1 yarışları gibi spor oyunları (%12,5); satranç gibi zekâ oyunları (%8) ve savaş oyunları (%4,5) takip etmektedir (Bkz. Tablo 27.).

Tablo 27. Anne babaların en çok oynadığı sosyal medya oyunları

Sosyal medyada tercih edilen oyunlar	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Tavla - Okey	45	51,1
Gündelik yaşam oyunları	21	23,9
Spor oyunları	11	12,5
Zekâ oyunları	7	8,0
Savaş oyunları	4	4,5
Toplam	88	100

Anne babalar, sosyal medya üzerinden oyun oynamalarının en temel nedeninin de vakit geçirmek (%48,5) ve eğlenmek (%39,8) olduğunu belirtmişlerdir. Sıralamanın devamında arkadaşlarıyla yarışmak, “Diğer” kategorisi altında yer alan heyecan duymak ve korku yaşamak gibi nedenler yer almaktadır (Bkz. Tablo 28.).

Tablo 28. Sosyal medyada oyun oynayan anne babaların bu mecraayı tercih nedenleri

Sosyal medya oyunu tercih nedeni	Frekans	Geçerli Yüzde (%)
Vakit geçirmek	50	48,5
Eğlenmek	41	39,8
(Arkadaşlarımla) yarışmak	8	7,8
Diğer	4	3,9
Toplam	103	100

IV. DEĞERLENDİRME ve SONUÇ

4. ve 5. sınıf öğrencileri ile onların ebeveynleri üzerinde yapılan araştırma sonucunda ebeveynlerin çocukken geleneksel oyunlara fazla süre ayırdığı görülmektedir. Günümüzün dijital yerlileri olan çocukların ise değişen tutumlar, değerler ve gelişen teknoloji ile ebeveynlerinkine nazaran oyun alışkanlıklarında önemli bir değişimin olduğu; çocukların dijital oyunları sıklıkla oynadığı görülmektedir. Bununla birlikte araştırmanın “*Çocuklar geleneksel oyunları değil, online oyunları oynamaktadır.*” hipotezi doğrulanamamıştır zira çocuklar dijital oyunları oynamaktadır fakat geleneksel oyunları oynamaktan da vazgeçmemişlerdir. Dolayısıyla “*Ebeveynlerin çocukken oynadıkları oyun alışkanlıkları ile çocukların şu anki oyun alışkanlıkları arasında ciddi farklılıklar mevcuttur*” hipotezi de doğrulanamamıştır. Çünkü sonuçlar göstermiştir ki ebeveynlerin oynamış olduğu çoğu oyunu çocuklar da çoğunlukla bilmekte ve oynamaktadır.

Kavramsal çerçevede çeşitli tehlikelerden ötürü çocukların ebeveynlerince sokaklarda değil evlerde oynamaya yönlendirildiği belirtilen literatürü doğrulayan araştırmadaki sonuçlar durumun bu yargıya paralel olduğunu göstermiştir. “*Ebeveynler çocuklarının geleneksel oyunlar yerine online oyunlar oynamasını tercih etmektedir*” hipotezi doğrulanamamıştır, zira ebeveynler çocuklarının devamlı bilgisayar başında olmasından endişe duymakta ve güvenli ortamlarda geleneksel oyunları oynamasını arzu etmektedir. Fakat kentlerde bu ortamların azlığı, çocukları okul dışında kalan vakitlerinde evlerinde dijital oyun oynamaya itmektedir. “*Ebeveynler çocuklarıyla geleneksel oyunları oynamayı tercih etmektedir.*” hipotezi doğrulanmıştır. Ebeveynler anne-babalarından gördükleri ve çocukluklarının da oynadıkları geleneksel oyun kültürünü çocuklarına aktarmayı arzu etmektedir. Fakat araştırma sonuçları ebeveynlerin çocukları ile geleneksel oyunlar kadar dijital oyunları da oynadıklarını göstermektedir. Çocukların ebeveynlerinin kültürlerinden etkilendikleri kadar ebeveynlerin de çocuklarının “dijital kültürlerinden” etkilendikleri görülmektedir.

Sonuç olarak araştırmaya katılan çocuklarda geleneksel oyunlardan dijital oyunlara yönelik bir kopuşun olmadığı, kız veya erkek her çocuğun anne babasının oynamış olduğu çoğu oyunu bildiği ve oynadığı, fakat geleneksel oyun oynayan her 10 çocuktan 8’inin aynı zamanda dijital oyunları da oynadığı sonucuna ulaşılmıştır. Çocuklarının her türlü içeriğin bulunduğu online ortamlarda kontrolsüzce gezinebilmelerine rağmen araştırmaya katılan ebeveynler internet ve sosyal medya kullanımına yüksek oranda uzak durmakta, en fazla çocukları ile birlikte vakit geçirmek için online ortamlarda yer alan oyunları oynamaktadır.

Dijital ortamda yaşayan çocuklarını anlayabilmek ve değerlendirebilmek, onlarla ortak dili konuşabilmek, ebeveynlerin bu mecradan kaçmayarak kullanabilmesine bağlıdır. Bu şekilde çocukların online ortamlarda hangi sitelere girdiği, kimlerle arkadaşlık kurup görüştüğü, hangi oyunları oynadığı kontrol edilip yönlendirilebilecektir. Aile içi iletişim bağının koparılmadan kültür aktarımının devamının bu şekilde sağlanacağı düşünölmektedir.

Aynı araştırmanın 5 yıl sonra yeniden yapılması, çocukların hem kendi hem de ebeveynleri arasında olan oyun alışkanlıklarında ne gibi değişikliklerin tezahür ettiğinin takibi açısından önem arz etmektedir. Bu şekilde yapılacak araştırmalar ile oyun alışkanlıklarındaki değişiklikler görölerek çeşitli tedbirlerin veya düzenlemelerin alınması sağlanabilecektir.

KAYNAKÇA

Akbulut, Hasan. “Gelenekselden Dijitale, Mekandan Uzama Oyun Kültürü”, Dijital Oyun Rehberi Oyun Tasarımı ve Türler ve Oyuncu (Mutlu Binark, Günseli Bayraktutan Sütçü) içinde (s. 25-81). Kalkedon Yayıncılık, İstanbul 2009

Akdağ, Mustafa ve Kürşad Gölgeli. “İnternet ve TV Medyası Kullanımında Ebeveynlerin Okul Çağındaki Çocukları Üzerindeki Etkisi: Erciyes Üniversitesi Akademisyenleri Örneği”, Uluslararası Katılımlı II. Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Kongresi (s. 267-273), Gündüz Eğitim Yayıncılık, Ankara 2009

Binark, Mutlu ve Günseli Bayraktutan Sütçü. Kültür Endüstrisi Olarak Dijital Oyun, Kalkedon Yayınları, İstanbul 2008

Bizim Çiftlik. (2014). Erişim tarihi: 16 Nisan 2014

<https://www.facebook.com/pages/Bizim-%C3%A7iftlik-oyunu/271779616215858>

Bushman, Brad J.; Alessandro Gabbiadini; Paolo Riva; Luca Andrighetto; Chiara Volpato. “Interactive Effect of Moral Disengagement and Violent Video Games on Self-Control, Cheating, and Aggression” Social Psychological and Personality Science Cilt:5, Sayı:4, 2014, 451-458.

Dename, Kristi A. (2013). Erişim tarihi: 21 Nisan 2014

<http://psychcentral.com/blog/archives/2013/07/21/video-games-are-they-really-a-source-of-addiction/>

Duran, Şeyma. (2012). Erişim Tarihi: 16 Nisan 2014

<http://seymaduran.wordpress.com/2012/03/26/egitsel-oyun-nedir/>

Gencer, Bihter Mutlu. “Oyun Ciddi Bir İştir” Parents Dergisi Sayı: Aralık, 2006, 17-20.

Grohol, John M. (2013). Erişim Tarihi: 14 Nisan 2014

<http://psychcentral.com/blog/archives/2013/09/22/gamer-stereotypes-just-arent-true/>

<http://www.campaigntr.com>. (2014). Erişim Tarihi: 16 Nisan 2014

<http://www.campaigntr.com/2014/02/20/68209/facebook-turkiye-rakamlarini-acikladi/>

<http://www.sabah.com.tr>. (2012). Erişim Tarihi: 11 Nisan 2014

<http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/01/27/facebookta-avrupa-lideriyiz>

<http://www.sabah.com.tr/2>. (2012). Erişim Tarihi: 11 Nisan 2014
<http://www.sabah.com.tr/Teknoloji/Haber/2012/10/04/facebookun-nufusu-1-milyar>

<http://www.webrazzi.com>. (2013). Erişim Tarihi: 16 Nisan 2014
<http://www.webrazzi.com/2013/06/07/turkiye-facebook-oyun-ve-uygulama-istatistikleri-haziran-2013/>

Kahraman, Murat. Sosyal Medya 101 Pazarlamacılar İçin Sosyal Medyaya Giriş, MediaCat, İstanbul 2010

Kowert, Rachel, Ruth Festl & Thorsten Quandt. "Unpopular, Overweight, and Socially Inept: Reconsidering the Stereotype of Online Gamers", *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking* , Cilt:17, Sayı:3, 2014, 141-146.

Livingstone, Sonia. *Young People and New Media: Childhood and the Changing Media Environment*, Sage Publications Ltd, London 2002.

Malcolm, Hill ve Kay Tisdall: *Children and Society*, Prentice Hall, London 2007.

Montague, Read. (2013). Erişim Tarihi: 16 Nisan 2014
<http://research.vtc.vt.edu/news/2013/apr/09/subtle-hallmarks-psychiatric-illness/>

Oktay, Ayla. *Yaşamın Sihirli Yılları: Okul Öncesi Dönem*, Epilson Yayıncılık, İstanbul 2004

Özkan, Sedat (2009). Erişim Tarihi: 16 Nisan 2014
<http://www.hurriyet.com.tr/yasasinhayat/12855865.asp>

Özsoy, Osman. *İnternetin Kararttığı Hayatlar*, Pozitif Yayınları, İstanbul 2010.

Prensky, Marc. "Digital Natives, Digital Immigrants Part II", *On The Horizon*, 2001, 1-6.

RTÜK Çocuk. (2014). Erişim Tarihi: 14 Nisan 2014 <http://www.rtukcocuk.org.tr/oyunlar.php>

Steinkuehler, Constance A., & Dmitri Williams. "Where Everybody Knows Your (Screen) Name: Online Games as "Third Places"", *Journal of Computer-Mediated Communication*, Cilt:11, Sayı: 4, 2006, 885-909.

Taylor, Nicholas, Jennifer Jenson, Suzanne de Castell, ve Barry Dilouya. (2014). Erişim Tarihi: 21 Nisan 2014

<http://onlinelibrary.wiley.com/enhanced/doi/10.1111/jcc4.12054/>

Toksoy, Atilla Coşkun. (2010). Erişim Tarihi: 21 Nisan 2014
http://www.actaturcica.com/sayi3/II_1_18.pdf

Toprak, Ali, Ayşenur Yıldırım, Eser Aygöl, Mutlu Binark, Senem Börekçi ve Tuğrul Çomu. Toplumsal Paylaşım Ağı Facebook: 'Görülüyorum Öyleyse Varım, Kalkedon Yayınları, İstanbul 2009.

Ülger, Gürdal. "Siberalemdede Çocukluğun Yeniden Üretimi", Sosyal Medya Akademi (T. Kara, & E. Özgen), (s. 285-329), Beta Yayınları, İstanbul 2012.

Wellings, Elizabeth Hanson. (2010). Erişim Tarihi: 17 Nisan 2014
<https://digital.library.txstate.edu/handle/10877/3284>

Yavuzer, Haluk. Ana-Baba ve Çocuk, Remzi Kitabevi, İstanbul 1999.

Yavuzer, Haluk. Çocuk Psikolojisi, Remzi Kitabevi, İstanbul 2007.

Yee, Nick. "Motivations for Play in Online Games", Cyber Psychology & Behavior, Cilt:9, Sayı:6, 2006, 772-775.

www.gsb.gov.tr. (2014). Erişim Tarihi: 23 Nisan 2014
<http://www.gsb.gov.tr/HaberDetaylari/3/3816/genclik-ve-spor-bakanligi-turkiyenin-en-kapsamli-sosyal-medya-arastirmasini-yapti.aspx>

www.tuik.gov.tr. (2014). Erişim Tarihi: 23 Nisan 2014
<http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=16054>