

MEDYANIN AİLE ÜZERİNE ETKİLERİ (ÇANKIRI ÖRNEĞİ)

Yrd. Doç. Dr. Şahin DOĞAN*

Özet

Çankırı şehir merkezinde ikamet eden 200 kişiye tesadüfi örneklem yoluyla anket uygulaması yapılmış ve medyanın etkisi farklı noktalardan sorgulanmıştır. Katılımcıların %52,5'i görsel medya nedeniyle ailesiyle yeterli iletişim kuramadığını, % 37,9'u aile şiddetinin en önemli nedeninin görsel medya araçları olduğuna inandığını, %76'sı reklamların yeni yetişen neslin tüketim çığını olmasına neden olduğuna, %68,7'i reklamların çocuklarda yoksunluk duygusu oluşmasına neden olduğuna, %34,0'ü eşinin televizyon dizilerine bağımlı olduğundan şikayetçi olduğunu, %64,3'ü televizyon dizilerini takip eden çocukların o diziden bir kişiyi kendilerine örnek aldığını, %83,8'i şiddet içerikli televizyon dizilerinin özellikle erkek çocuklarını şiddete yönelttiğini, %80,8' televizyonun aile içi eksik iletişime neden olduğunu, % 48,4' reklamların gereksiz şeylerin alınmasına sebep olduğunu, %45,4' reklamları hiç izlemediğini,%42,9' evde akşamları kumanda kavgası yaşandığını, %82,7'si internet kullanan çocuk ve genç bireylerin aile çevresinden uzaklaştığını, bu durumun da aile içi çatışmalara neden olduğunu, %86'sı internet kullanımının çocukların aileleriyle geçirdiği zamanın azalmasına yol açtığını ve bu nedenle yüz yüze iletişimin azaldığını belirtmişlerdir.

Anahtar kelimeeler: Medya, aile, internet, medya etkisi.

Abstract

A questionnaire was implemented to 200 people who reside in Çankırı city center by using the random sampling method and the impact of media was investigated from various points. The 84,5% of the participants indicated that the advertisements cause the younger generation to be a consumption crazy, 77,5% of them thought that the advertisements cause the feeling of deprivation on the children, 34,0% of them complained that his/her spouse is addicted to the TV series, 86,5% of them expressed that the children who follow TV series imitate a character from those TV series, 90,5% of them thought that violent TV series direct especially the boys to the violence, 77,5% of them stated that the TV cause incomplete communication in the family, 44,5% of them remarked that the advertisements cause expense on unnecessary things, 51,5% of them complained about the fight for the remote control in the evenings, 91,0% of them thought that the child or teen who uses internet moves off the family environment and it causes family conflict, 92,5% of them indicated that the usage of internet causes less time spending with the family and a decrease in mutual communication, 98,0% of them observed that the children too much time on the internet are asocial, 100% of them believed that the children are facing dangers that they are not aware of them.

Keywords: Media, family, internet, media impact.

*Çankırı Karatekin Üniversitesi, Edebiyat Fakültesi, Sosyoloji Bölümü,
sahindogan@karatekin.edu.tr

Giriş

Çağımız teknolojisinin getirmiş olduğu araçlardan en yaygın olarak kullanılanı hiç şüphesiz ki televizyondur. Hemen her evde temel ihtiyaç olarak değerlendirilmekte hatta bazı evlerde iki üç televizyon bulunmaktadır. İnsanlar gün boyunca uzun zamanlarını televizyon karşısında geçirir olmuşlardır. Televizyon oldukça büyük bir kitleye hitap eden bir araç olarak dikkatleri çekmektedir. Bugün kitle iletişim araçları içerisinde en önemli yeri tutan televizyon, görsel ve işitsel özellikleri bir arada bulundurması nedeniyle diğer kitle iletişim araçlarına oranla daha etkin kullanılmaktadır. Bununla beraber özellikle çocuk ve genç bireyler internet başında uzun zaman geçirmektedirler. Evliliklerin bile, televizyonda yayınlanan evlilik amaçlı tanışma programları aracılığı ile gerçekleşmeye başlaması televizyonun günlük hayatta ne kadar etkili olduğunun bir göstergesidir.

Televizyon dizileri ve magazin programları aileyi farklı açılardan olumsuz yönde etkilemektedir. Dizilerdeki değişik sahnelerde kadın cinsel obje olarak öne çıkmaktadır. Gençler dizilerdeki olumsuz rol modellerden etkilenmektedir.

Araştırmanın Konusu, Amacı ve Yöntem Yaklaşımı

1.1.Araştırmanın Konusu: Araştırmanın konusu Çankırı ilinde yaşayan 15 yaş ve üzeri kadın ve erkeklerin medyanın aileye etkisi konusundaki tutumlarıdır.

1.2. Araştırmanın Amacı: Çankırı ilinde ikamet eden 15 yaş ve üzeri kadın ve erkeklerin medyanın aileye etkisi hakkındaki tutumlarının araştırılmasıdır.

1.3.Araştırmanın Yöntem Yaklaşımı:

1.3.1.Veri Toplama Aracı: Araştırmada nicel veri toplamak amacıyla anket formu veri toplama aracı olarak kullanılmıştır. Soru kağıdı 6 demografik soru, 15 tane de medyanın aileye etkisi konusunda beşli likert tipi tutum sorusundan oluşmaktadır.

1.3.2.Veri Analizi : Araştırma soruları SPSS 22 paket programında analiz edilmiş ve frekans dağılımları alınmıştır.

1.4.Evren ve Örneklem: Araştırmanın evreni halihazırda Çankırı ilinde ikamet eden 15 yaş ve üzerindeki kadın ve erkeklerden oluşmaktadır. Örneklem seçimi olarak rastgele örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Çankırı ilinde ikamet eden 200 kişiye Mart 2016'da rastgele örnekleme yöntemi ile anket uygulaması yapılmıştır.

1.5.Hipotezler

1. Medya aile içi iletişimi etkilemektedir.
2. Medya aile bireylerinin tüketime yönelik tutum ve davranışlarını etkilemektedir.
3. Çocuklar dizilerdeki bazı karakterleri kendilerine rol model almaktadırlar.

4. İnternet bağımlılığı çocukların asosyal kimliğe bürünmelerinde etkili olmaktadır.
5. Medya aile içi şiddetin artmasında etkili olmaktadır.

2. Bulgular ve Yorum.

Bu bölümde katılımcıların demografik değişkenleri, görsel medyanın aile içi iletişime etkisi, aile içi şiddete etkisi, tüketim alışkanlıklarına etkisi, televizyon dizilerine olan bağımlılığın etkisi, reklamların etkisi, televizyon dizilerdeki bazı karakterlerin çocuklara rol model olması, internet bağımlılığın gençler ve çocuklar üzerindeki etkileri gibi değişkenlerin frekans dağılımları yer almaktadır.

Tablo 1: Cinsiyet değişkeninin frekans dağılımı.

	Sayı	Oran %
Kadın	102	51,0
Erkek	98	49,0
Total	200	100,0

Tablo 2: Yaş değişkeninin frekans dağılımı.

Değişken	Sayı	Oran %
15-19	26	13,0
20-25	45	22,5
26-30	27	13,5
31-35	16	8,0
36-40	20	10,0
41-45	23	11,5
46-50	12	6,0
51-55	10	5,0
56-60	10	5,0
61 ve üzeri	9	4,5
Total	198	99,0
Kayıp değer	2	1,0
Total	200	100,0

Tablo 3: Medeni Durum değişkeninin frekans dağılımı.

Değişken	Sayı	Oran %
Evli	101	50,5
Bekar	87	43,5
Dul/boşanmış	8	4,0
Eşi ölmüş	3	1,5
Kayıp değer	1	,5
Total	200	100,0

Tablo 4: Eğitim Durumu değişkeninin frekans dağılımı.

Değişken	Sayı	Oran %
Okuma-yazma bilmiyor	2	1,0
okuma yazma biliyor	5	2,5
İlkokul mezunu	26	13,0
Orta okul mezunu	10	5,0
İlköğretim mezunu	23	11,5
Lise	79	39,5
Önlisans	16	8,0
Lisans	39	19,5
Toplam	200	100,0

Tablo 5: Meslek değişkeninin frekans dağılımı.

Değişken	Sayı	Oran %
İşçi	14	7,0
Memur	15	7,5
Esnaf	18	9,0
Serbest meslek	20	10,0
Emekli	10	5,0
Ev hanımı	59	29,5
Öğretmen	8	4,0
Çiftçi	1	,5
İşsiz	3	1,5
Öğrenci	29	14,5
Diğer	23	11,5
Toplam	200	100,0

Tablo 6: Aylık kazanç değişkeninin frekans dağılımı.

Değişken	Sayı	Oran %
500 TL alt	21	10,5
501-1 000 TL	33	16,5
1 001-2 000 TL	47	23,5
2 001-3 000TL	25	12,5
3001-4 000TL	3	1,5
5 000TL'den fazla	4	2,0
Düzenli kazancı yok	67	33,5
Total	200	100,0

Tablo 7: Görsel medya araçları nedeniyle ailemle yeterli iletişim kuramıyorum.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	78	39,0
Kararsızım	25	12,5
Katılıyorum	95	47,5
Total	198	99,0
Kayıp değer	2	1,0
Total	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında görsel medya nedeniyle aileyle yeterli iletişim kuramıyorum görüşüne katılmayanların oranı %39,0, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı %1,5 ve katılanların oranı ise %47,5'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların görsel medya nedeniyle aile içi iletişimde problem yaşadıkları ve yeterli düzeyde iletişimin sağlanamadığı anlaşılmaktadır.

Tablo 8: Aile içi şiddetin en önemli sebebinin görsel medya araçları olduğunu düşünüyorum.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	45	22,5
Kararsızım	44	22,0
Katılıyorum	110	55,0
Toplam	199	99,5
Kayıp değer	1	,5
Genel toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında aile içi şiddetin en önemli sebebinin görsel medya araçları olduğu görüşüne katılmayanların oranı %22,5, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı %22,0 ve katılanların oranı ise % 55,0'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların aile içi şiddetin artmasında büyük oranda etkili olduğu kanaatini taşıdıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 9: Reklamlar yeni yetişen neslin tüketim çılgını olmasına sebep oldu.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	19	9,5
Kararsızım	9	4,5
Katılıyorum	169	84,5
Toplam	197	98,5
Kayıp değer	3	1,5
Genel toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında reklamlar yeni yetişen neslin tüketim çılgını olmasına sebep olduğu fikrine katılmayanların oranı %9,5, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 4,5, ve katılanların oranı ise % 84,5,'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların oldukça

yüksek düzeyde reklamların çocukların tüketim çılgını olmalarında etkili olduklarını göstermektedir.

Tablo 10: Reklamlar çocuklarda yoksunluk duygusunun oluşmasına neden olmaktadır.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	30	15,0
Kararsızım	19	9,5
Katılıyorum	151	75,5
Toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında reklamlar çocuklarda yoksunluk duygusunun oluşmasına neden olduğu fikrine katılmayanların oranı % 15,0, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 9,5, ve katılanların oranı ise % 75,5,'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların oldukça yüksek düzeyde reklamların çocuklarda yoksunluk duygusunun oluşmasına neden olduğu görüşüne katıldıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 11: Eşimin televizyon dizilerine bağlı olmasından şikâyetçiyim.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	71	35,5
Kararsızım	58	29,0
Katılıyorum	68	34,0
Total	197	98,5
Kayıp değer	3	1,5
Toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında eşimin televizyon dizilerine bağlı olmasından şikâyetçiyim fikrine katılmayanların oranı % 35,5, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 29,0, ve katılanların oranı ise % 34,0,'tür. Tablo sonuçlarından katılımcıların eşlerinin televizyon dizilerine bağımlı olmasından şikâyetçi olanlarla olmayanların oran olarak birbirlerine oldukça yakın oldukları görülmektedir. Kararsız olanlar ise oran olarak biraz düşük olmakla beraber diğerlerine yakın sayılır. Tablo sonuçlarından dizilerin ev içinde belli bir düzeyde rahatsızlığa neden olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 12:Televizyon dizilerini takip eden çocuklar o diziden bir kişiyi kendilerine örnek alıyorlar.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	17	8,5

Kararsızım	10	5,0
Katılıyorum	173	86,5
Total	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında televizyon dizilerini takip eden çocuklar o diziden bir kişiyi kendilerine örnek aldıkları fikrine katılmayanların oranı %8,5, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 5,0, ve katılanların oranı ise % 86,5'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların oldukça yüksek düzeyde televizyon dizilerini takip eden çocuklar o diziden bir kişiyi kendilerine örnek aldıkları fikrine katıldıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 13:Şiddet içerikli televizyon dizilerinin özellikle erkek çocuklarını şiddete yönelttiğini düşünüyorum.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	9	4,5
Kararsızım	10	5,0
Katılıyorum	181	90,5
Toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında şiddet içerikli televizyon dizilerinin özellikle erkek çocukları şiddete yönelttiği fikrine katılmayanların oranı % 4,5, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 5,0, ve katılanların oranı ise % 90,5'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların oldukça yüksek düzeyde televizyon şiddet içerikli televizyon dizilerinin özellikle erkek çocuklarını şiddete yönelttiği fikrine katıldıkları anlaşılmaktadır.

Tablo 14:Televizyon aile içi eksik iletişime neden olmaktadır.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	12	6,0
Kararsızım	33	16,5
Katılıyorum	155	77,5
Toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında televizyon aile içi eksik iletişime neden olduğu fikrine katılmayanların oranı % 6,0, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 16,5, ve katılanların oranı ise % 77,5'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların yüksek düzeyde televizyon televizyonun aile içi eksik iletişime neden olduğu fikrini benimsedikleri anlaşılmaktadır.

Tablo 15: Reklamlar gereksiz şeyleri almama yol açabiliyor.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	77	38,5

Kararsızım	33	16,5
Katılıyorum	89	44,5
Total	199	99,5
Kayıp değer	1	,5
Toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında reklamlar gereksiz şeyleri almama yol açabiliyor fikrine katılmayanların oranı % 38,5, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 16,5, ve katılanların oranı ise % 44,5'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların çok yüksek düzeyde olmamakla beraber reklamlar gereksiz şeyleri almama yol açabiliyor fikrine katıldıkları görülmektedir.

Tablo 16:Reklamları izlemem.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	87	43,5
Kararsızım	33	16,5
Katılıyorum	78	39,0
Total	198	99,0
Kayıp değer	2	1,0
Toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında reklamları izlemem, fikrine katılmayanların oranı % 43,5, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 16,5, ve katılanların oranı ise % 39,0'dur. Tablo sonuçlarından reklamları izlediklerini belirtenlerin oranları ile izlemediklerini belirtenlerin oranı birbirlerine oldukça yakın olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 17:Akşamları evde kumanda kavgası yaşanır.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	81	40,5
Kararsızım	16	8,0
Katılıyorum	103	51,5
Toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında akşamları evde kumanda kavgası yaşanır, fikrine katılmayanların oranı % 40,5, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 8,0, ve katılanların oranı ise % 51,5'dir. Tablo sonuçlarından yaklaşık olarak katılımcıların %50'sinde akşamları evlerinde kumanda kavgası yaşandığı anlaşılmaktadır.

Tablo 18: İnternet kullanan çocuk ve genç bireyler aile çevresinden uzaklaşmakta ve bu da aile içi çatışmalara sebebiyet vermektedir.

	Sayı	Oran %
--	------	--------

Katılmıyorum	10	5,0
Kararsızım	8	4,0
Katılıyorum	182	91,0
Toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında internet kullanan çocuk ve genç bireyler aile çevresinden uzaklaşmakta ve bu da aile içi çatışmalara sebebiyet verdiği fikrine katılmayanların oranı % 5,0, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 4,0, ve katılanların oranı ise % 91,0'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların oldukça yüksek düzeyde internet kullanan çocuk ve genç bireylerin aile çevresinden uzaklaştığı ve bunun da aile içi çatışmalara sebebiyet verdiği fikrine katıldıkları görülmektedir.

Tablo 19: İnternet kullanımı çocukların aileleriyle geçirdiği zamanın azalmasına yol açmıştır ve yüz yüze iletişime ayrılan zamanı azaltmıştır.

	Sayı	Oran %
Katılmıyorum	7	3,5
Kararsızım	8	4,0
Katılıyorum	185	92,5
Toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında internet kullanımı çocukların aileleriyle geçirdiği zamanın azalmasına yol açtığı ve yüz yüze iletişime ayrılan zamanı azaldığı fikrine katılmayanların oranı % 3,5, medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 4,0, ve katılanların oranı ise % 92,5'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların oldukça yüksek düzeyde internet kullanımı çocukların aileleriyle geçirdiği zamanın azalmasına yol açtığı ve yüz yüze iletişime ayrılan zamanı azaldığı fikrine katıldıkları görülmektedir.

Tablo 20: İnternette fazla vakit harcayan çocukların asosyal olduğunu gözlemledim.

	Sayı	Oran %
Kararsızım	4	2,0
Katılıyorum	196	98,0
Toplam	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında İnternette fazla vakit harcayan çocukların asosyal olduğunu gözlemledim, fikrine katıl İnternette fazla vakit harcayan çocukların asosyal olduğunu gözlemledim görüşüne katılmayanların oranı % 0'dır medyanın etkisi konusunda kararsız olanların oranı % 2,0 ve katılanların oranı ise % 98'dir. Tablo sonuçlarından katılımcıların yüzde yüze yakınının internette fazla vakit harcayan çocukların asosyal olduğu kanaatinde oldukları anlaşılmaktadır.

Tablo 21: Çocuklar internette farkında olmadıkları tehlikelerle karşı karşıyadırlar.

	Sayı	Oran %
Katılıyorum	200	100,0

Tablo sonuçlarına bakıldığında çocuklar internette farkında olmadıkları tehlikelerle karşı karşıyadırlar fikrine bütün katılımcıları katıldıkları görülmektedir.

Not: 1.Araştırma soruları Taylan KARA'nın "Görsel Medyanın Aile Bireyleri Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma", Tüik Uzmanlık Tezi, Manisa-2011. Adlı çalışmasından alınmıştır.

Not:2. Bu araştırmanın ilki "The 1st Turquoise Social Sciences Congress September 16-18, 2015 In Tekirdağ, Turkey." Sempozyumunda Çankırı il merkezinde 106 kişiye uygulanmış hali sunulmuştu. Bu araştırmada 200 kişiye anket uygulandı ve bazı sorular eklendi, özellikle medyanın çocuklara olan etkisi konusundaki tutumları test etmek istedik ve yeniden sahaya çıktık. Bu araştırma, birinci araştırmanın geliştirilmiş halidir.

Sonuç

Çankırı şehir merkezinde ikamet eden 200 kişiye tesadüfi örneklem yoluyla anket uygulaması şeklinde yaptığımız bu araştırmada medyanın aile bireyleri üzerinde farklı düzeylerde etkili olduğu sonucu çıkmıştır. Katılımcıların yarısından fazlası (%52,5) görsel medya nedeniyle ailesiyle yeterli düzeyde iletişim kuramadığı kanaatini taşımaktadır. Günümüzde aile içi iletişimin eksikliği boşanma, çocukların eğitimdeki başarısızlığı, aileden uzaklaşma gibi birçok bir çok problemi beraberinde getirmektedir. Aileyi etkileyen diğer önemli bir faktör de aile içi şiddet konusudur. Araştırma sonuçlarından yaklaşık yüzde kırka yakını (% 37,9) aile içi şiddetin en önemli nedeninin görsel medya araçları olduğuna inandığını belirtmesi diğer önemli bir sonuçtur.

Günümüzde ailelerin çokça şikayet ettikleri ve zaman zaman çocukların tüketim taleplerine bütçeleri yetmediği için ciddi sıkıntılar yaşadığı konulardan biri medyanın sürekli tüketimi özendirmesidir. Tablo sonuçlarından katılımcıların büyük çoğunluğunun (%76) reklamların yeni yetişen neslin tüketim çılığını olmasına neden olduğu fikrini benimsemesi, %68,7'inin reklamların çocuklarda yoksunluk duygusunun oluşmasına neden olduğuna inanması medyanın gençler üzerindeki etkisi konusunda önemli bir bulgudur. Televizyon dizilerine olan bağımlılık aileyi etkileyen önemli faktörlerden biridir. Katılımcıların %34,0'ünün eşinin televizyon dizilerine bağımlı olduğundan şikayetçi olduğunu belirtmesi dizilerin aileyi etkilemesi açısından önemli bir sonuçtur.

Medya aile bireyleri içerisinde herkesi belli düzeyde etkilemektedir. Fakat özellikle çocukları daha fazla etkilemektedir. Katılımcıların %64,3'ünün televizyon dizilerini takip eden çocukların o diziden bir kişiyi kendilerine örnek aldığını, %83,8'i şiddet içerikli televizyon dizilerinin özellikle erkek çocuklarını şiddete yönelttiğini, %80,8' televizyonun aile içi eksik

iletişime neden olduğunu belirmesi medyanın çocuklar üzerindeki etkisinin anlaşılması için oldukça önemli bir bulgudur. Yine katılımcıların yaklaşık yüzde ellisi (% 48,4) reklamların gereksiz şeylerin alınmasına sebep olduğunu belirtmesi medyanın sadece çocukları ve gençleri değil yetişkinleri de etkilemesi açısından önemli bir sonuçtur. Katılımcıların %42,9'nun evde akşamları kumanda kavgası yaşandığını belirtmesi medyaya olan ilgi ve medya nedeniyle evde çıkan tartışmalar açısından önemli bir sonuçtur.

Yapılan değişik araştırmalardan yetişkinlerin daha çok televizyon izledikleri gençlerin ve çocukların ise daha fazla internette vakit geçirdikleri sonuçları çıkmıştır. Bizim araştırmamızda da benzer sonuçlar çıkmıştır. Katılımcıların %82,7'si internet kullanan çocuk ve genç bireylerin aile çevresinden uzaklaştığını, bu durumun da aile içi çatışmalara neden olduğunu, %86'sı internet kullanımının çocukların aileleriyle geçirdiği zamanın azalmasına yol açtığını ve bu nedenle yüz yüze iletişimin azaldığını belirtmişlerdir. Katılımcıların %98'inin internette fazla vakit harcayan çocukların asosyal olduğunu gözlemlediği kanaatini taşıması ve %100'ünün de çocukların internette farkında olmadıkları tehlikelerle karşı karşıya oldukları fikrine katılması internetin gençler ve çocuklar üzerindeki olumsuz etkileri ve taşıdığı riskler açısından son derece önemli bir bulgudur. Kısaca medya aile bireylerini değişik yayın türleriyle farklı düzeylerde etkilemektedir. Özellikle gençleri ve çocukları daha fazla etkilemektedir.