

İLETİŞİM ve DİPLOMASİ

T.C. BAŞBAKANLIK
BASIN-YAYIN VE ENFORMASYON GENEL MÜDÜRLÜĞÜ

İLETİŞİM ve DİPLOMASİ

ÇOCUK ve MEDYA

İ&D İLETİŞİM ve DİPLOMASI

(Communication and Diplomacy)

6 Aylık Yerel Süreli Akademik Hakemli Dergi

Yıl/Year: 1 Sayı/Issue: 2, Ocak-Haziran 2014 / January-June 2014

ISSN: 2147-6772

**BYEGM adına İmtiyaz Sahibi/
Owner on Behalf of DGPI:
Murat Karakaya**

Genel Yayın Yönetmeni/ Editor in Chief:
Ali Güneş

Yazı İşleri Müdürü/Managing Editor:
Mustafa Özben

Web Yönetimi/Webmaster:
Emre Ertekin

Halkla İlişkiler/Public Relations:
Çiğdem Şahin

Sanat Yönetmeni/Creative Director:
Ezgi Zorlu

İç Tasarım/Page Design:
Yeter Baysal

Yönetim Yeri /Address:
Ceyhun Atuf Kansu Cad:122
06520 Balgat/ ANKARA
Tel: +90 312 583 60 00
e-mail: webinfo@byegm.gov.tr
www.byegm.gov.tr

İletişim/Contact:
Serkan Ökten
Dr. Mariana Popescu
Tel: +90 312 583 63 39 - 583 62 17
www.iletisimvediplomasi.com
iletisimvediplomasi@byegm.gov.tr

Yapım/Production:
Orient Yayıncılık Reklamcılık Araştırma
Rabat Sok. No:17/4 GOP - Çankaya
Ankara Tel: (312) 431 21 55

Baskı/Print:
2. Baskı Eylül 2013 - Salmat Basım Ltd. Şti. Büyük
Sanayi 1. Cadde 95/1 İskitler / Altındağ /
Ankara Tel: (312) 341 10 20

Editör /Editor:
Prof. Dr. Naci Bostancı

Editör Yardımcıları/ Assistant Editors:
Serkan Ökten, Dr. Mariana Popescu

Yayın Kurulu / Editorial Board:
Erkan Durdu, Ali Güneş, Prof. Dr. Naci Bostancı,
Doç. Dr. Cem Yaşın, Dr. Murat Saraçlı, Dr. Mariana
Popescu, Serkan Ökten, Üzeyir Tekin

Danışma ve Hakem Kurulu/Advisory Board:
Doç. Dr. Kamile Akgül, Prof. Dr. Hayati Aktaş,
Prof. Dr. Yasin Aktay, Prof. Dr. Suat Anar, Prof. Dr.
Bilal Arık, Prof. Dr. Ümit Atabek, Prof. Dr. Zakir
Avşar, Prof. Dr. Mustafa Aydın, Prof. Dr. Suavi
Aydın, Prof. Dr. Mazhar Bağlı, Doç. Dr. Hamit
Emrah Beriş, Prof. Dr. Ayhan Biber, Prof. Dr.
Cüneyt Binatlı, Prof. Dr. Şeref Boyraz, Prof. Dr.
Hamza Çakır, Prof. Dr. İlker Hüseyin Çankçı, Prof.
Dr. Yılmaz Çolak, Prof. Dr. Yusuf Devran, Prof. Dr.
Davut Dursun, Prof. Dr. Müge Elden, Prof. Dr.
İrfan Erdoğan, Prof. Dr. Sabri Eyigün, Doç. Dr.
Fatma Geçikli, Prof. Dr. Süleyman İrvan, Yrd. Doç.
Dr. Emre İşeri, Prof. Dr. Metin Işık, Prof. Dr. Ahmet
Kalender, Prof. Dr. Fatih Karaosmanoğlu, Prof. Dr.
Selma Karatepe, Prof. Dr. Bayram Kaya, Prof. Dr.
Mahmud Erol Kılıç, Doç. Dr. Timuçin Kodaman,
Prof. Dr. Levent Köker, Prof. Dr. Önder Kutlu, Yrd.
Doç. Michael Kuyucu, Prof. Dr. Talip Küçükcan,
Prof. Dr. Ümit Meriç, Prof. Dr. Mahmut Mutman,
Yrd. Doç. Dr. Nilüfer Avşar Negiz, Prof. Dr.
Aydemir Okay, Doç. Dr. Murat Okcu, Prof. Dr. E.
Nezih Orhon, Yrd. Doç. Dr. Ahmet Özcan, Doç. Dr.
Mesut Özcan, Prof. Dr. Özlem Özgen, Doç. Dr.
Nilüfer Pembecioğlu, İsmail Hakkı Polat, Doç. Dr.
Ali Şahin, Prof. Dr. Esmâ Şimşek, Doç. Dr. Raci
Taşçıoğlu, Doç. Dr. Mustafa Z. Tunca, Prof. Dr. İlder
Turan, Doç. Dr. Hasan Tutar, Prof. Dr. Nurçay
Türkoğlu, Prof. Dr. Aydın Uğur, Hilmi Yavuz, Prof.
Dr. Uğur Yavuz, Yrd. Doç. Dr. Murat Yeşiltaş, Prof.
Dr. Selahattin Yıldız...

İ&D İletişim ve Diplomasi ulusal akademik hakemli
bir dergidir. T.C. Başbakanlık Basın – Yayın ve
Enformasyon Genel Müdürlüğü yayınıdır. Yılda 2
sayı yayınlanır.

Bu Sayıda...

- 1 *Editörün Notu*
- 5 Zakir AVŞAR – Medya Okuryazarlığı
- 19 Necla MORA – Gençlerde Medya Bağımlılığı
- 31 Süleyman Sadi SEFEROĞLU – Hatice YILDIZ – Dijital Çağın Çocukları: İlköğretim Öğrencilerinin Facebook Kullanımları ve İnternet Bağımlılıkları Üzerine Bir Araştırma
- 51 Özge UĞURLU – Elektronik Dünyanın Çocuk Dünyasına Yansıması: “ Temassız Oyun” Kavramı Bağlamında Eleştirel Bir İnceleme
- 65 Esra İlkay KELOĞLU İŞLER – Kültürel Ekme Kuramı Bağlamında Türkiye Üretimi Çizgi Filmler ve Çocuk Bilincinin İnşası
- 83 Ebru AŞAR – Keşfedilen Çocuk, İletişim Teknolojileriyle Yitip Giden Çocukluk ve Çocuk Kültürü
- 97 Gülden SAYILAN – Nihan ÇEVİRGEN - Yazılı Basında Çocuk Temsilleri: Bir Bekleme Salonu Olarak Çocukluk
- 117 Fadime ŞİMŞEK İŞLEYEN – Mustafa İŞLİYEN – Çocuk, Televizyon ve Siyasal Toplumsallaşma: Bizimcity Animasyonlarına Yönelik Bir Odak Grup Çalışması

Mülakatlar ve Yorumlar

- 139 Deniz A. GÜLER – Çizgi Filmlerin Kültürel İşlevleri Üzerine Mülakat
- 149 Daniel R. ANDERSON – Interview With Dr. Daniel R. Anderson: Children and Media
- 161 Ali KORKMAZ – Özel Eğitim Kurumlarındaki Bedensel Engelli Öğrencilerin İnternet Bağımlılığı Üzerine Bir Araştırma
- 181 Mustafa Ruhi ŞİRİN – Çocuk ve Medya: Eşitsizlikler Dünyası
- 189 BYEGM- ÇOCUK VAKFI- RTÜK- I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Kapanış Bildirisi
- 191 İngilizce Özetler/Abstracts

İ&D DERGİSİNİN YAYIN İLKELERİ ve YAZARA NOTLAR

- ✓ Yazılarda İngilizce ve Türkçe öz/abstract (en fazla 250 kelime) ile yazıya uygun Türkçe ve İngilizce anahtar kelimeler/keywords (en fazla 10 kelime) yazının başına eklenmelidir. Yazıların ve özetlerin üzerinde, sadece yazının başlığı bulunmalıdır.
- ✓ Yazılarda kaynak gösterme yöntemi olarak APA yöntemi kullanılmalıdır (Detaylar için www.iletisimvediplomasi.com adresine bakınız).
- ✓ Yazılar Times New Roman karakteriyle, 12 puntoda ve 1.5 satır aralıklı A4 boyutunda (3000-5000 kelime) olarak yazılmalıdır. Başlıklar ve ara başlıklar kısa ve belirgin olmalıdır.
- ✓ Yazılar yaygın olarak kullanılan bir kelime işlemci programı ile yazılmalıdır.
- ✓ Yazılar iletisimvediplomasi@byegm.gov.tr adresine e-posta ile gönderilebilir.
- ✓ Kongre, toplantı, sempozyum gibi etkinliklerde bildiri olarak sunulmuş çalışmalar ve alana katkı sağlayacağı düşünülen tercümelemler de İ&D' de yayınlanabilir. Bunların dışında kitap eleştirisi, akademik yorum ve değerlendirme, bildiri, çeviri ve benzeri yazılara da yer verilebilir. Yazılar, daha önce bir toplantıda/sempozyumda tebliğ edilmiş ise, toplantının adı, tarihi ve yeri belirtilmelidir.
- ✓ Tüm çalışmalar, önce Yayın Kurulu'nca incelenir ve daha sonra konularına göre iki kişilik Danışma/ Hakem Kurulu'na gönderilir.
- ✓ Gönderilen çalışmaların başka bir yayın organında yayınlanmamış olması ya da yayınlanma aşamasında olmaması ve orijinal çalışmalar olması gerekmektedir. Danışma/ Hakem Kurulu tarafından yayınlanması uygun bulunan çalışmaların telif hakkı BYEGM'ye aittir; başka bir yerde yayınlanamaz.
- ✓ Yayınlanmaya değer görülen makalelerin yayınlanabilmesi için telif devir formunun doldurulup imzalanarak İ&D yönetim yeri adresine ulaştırılması gerekmektedir.
- ✓ Danışma Kurulu tarafından düzeltme istenen yazıların, yayın takvimine uygun şekilde editörlüğe tekrar gönderilmesi gerekmektedir. Makale yazım süreci içinde geri gönderilmeyen yazılar, İ&D'nin daha sonraki sayılarında yeniden değerlendirilmek üzere kabul edilebilir. Ancak, tematik yayın yapması nedeniyle bu durum İ&D'nin taahhüdü anlamını taşımaz.
- ✓ Yayınlanması uygun görülen veya görülmeyen çalışmalar hakkında yazar(lar) a bilgi gönderilir.
- ✓ **Dergide yayınlanan makaleler BYEGM'nin resmi görüşünü yansıtmaz, yer alan görüş ve düşüncelerden yazarları sorumludur.**
- ✓ İ&D' de çalışmaları yayınlanan yazarlara katkı verdikleri sayılardan ikişer adet gönderilecektir.
- ✓ Yayınlanan makaleler için 1000 tl telif ücreti ödenecektir.

Editörün Notu...

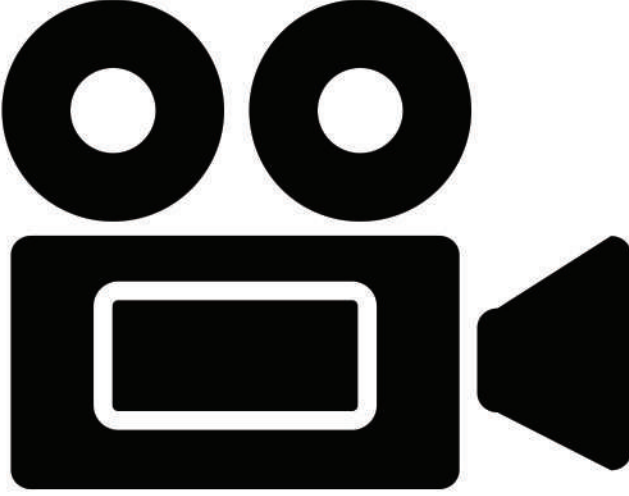
Büyüme şansını bulan herkes çocukluğu bilir. Ancak çocuğun çocukluğunu bilmesi ile büyüğün dönüp çocukluğuna bakması arasında bir anlam mesafesi olmalı. Ne de olsa “sosyalleşme” dediğimiz hadise, çocuğun dünyayı şaşkıncu bir tarzda görme biçiminden büyükleri varestede kılar. Alışırız. Bazen felsefeciler ile çocuklar arasında kurulan bağ yanlış değildir. Felsefi düşünüş, “şeylerin illiyet bağlarını ve anlam katmanlarını çözmek için” alışılmışın, yani hayatın öğrettiği “yanılsamaları unutma ve onları doğal gerçekliğe çevirme” halinin dışında bir bakışı gerektirir. Tıpkı çocuklar gibi. O yüzden çocuklar hakkında konuşma, herkesin çocukluğunu yaşaması dolayısıyla kolaylıkla hak edilen ve herkesi uzmanına çeviren bir alan değildir. Aksine çok fazla çabayı, aynı zamanda “unutmayı ve hatırlamayı” gerektirir.

Kimi tarihçilere göre çocukluk dediğimiz kategori, üzerine edilen her türlü sözün repertuarıyla birlikte modern zamanlarda icat edilmiştir. Sanayi Devrimi'nin başlarında dahi çocuklar “biyolojik, psikolojik ve sosyal” olarak farklı değil, büyüklerin minyatür örnekleri olarak kabul edilirdiler. İngiltere'deki fabrikalarda çalışma yaşının altına kadar düştüğü zamanlar hatırlandığında bu görüşe hak vermek mümkün değildir. Elbette çocuklarla büyüklerin arasındaki mesafe her kültürde, her çağda bilirdi ancak iddia, modern zamanların bu mesafeyi fazlasıyla ayrıntılandığı, sınıflandırdığı, gitgide özel bir uzmanlık alanına çevirdiği yönündedir. Bunda da şaşılacak bir yan yok. Geniş ailenin baskın olduğu geçmiş zamanlarda “çocuk” geleneksel usuller ve geniş ailenin ilgileri çerçevesinde yetiştirilirken, çekirdek ailenin zamanında bu iş, ebeveynlerin elinden çıkmakta ve özel uzmanların yönlendirmelerine yaslanma eğilimi göstermektedir. Modern çekirdek ailenin neredeyse merkeze aldığı çocuk, üzerine titrenilen, yetiştirmede “yanlıklık yapılması” endişesinin sürekli hale geldiği, uzmanların göreve çağrıldığı bir fanusta yetişmektedir. Bu da kimi hak edilerek, kimi ise “piyasa ilişkilerinin yaratıcı evreninde” kar ve kazanç güdüsünün uzantısında oluşarak bu ayrıntılandırmaya destek verdiği hususunu akla getirmektedir. Yetiştirme usüllerinin mukayeseli bir analizi elbette bu yazının konusu değildir, ancak günümüzdeki çekirdek aile ve çocuk ilişkisindeki bu uzmanlaşma eğilimine avantajları kadar dezavantajları bakımından da kafa yormak yerinde olur.

Günümüzde çocuklar başlığı altında çocukluğa ilişkin her tür anlamı çağırarak analiz edilmesi gereken alanlardan birisi de elbette. Dergimizin bu sayısının konusu olan çocuk ve medya ilişkisidir. Ve bağlacının iki yanındaki kategorilere ilişkin bilgimizin düzeyi, ilişki biçimine dair değerlendirmemizin verimliliğini sağlar. Malum ezberleri, replikleri, klişeleri esas alan, didaktik, teknik suretine bürünmüş açıklama hüvviyetindeki anlatımların bir faydası olmayacağını peşinen belirtmekte yarar var. Herkesi ilgilendiren, herkesin hayatında bir yeri olan konuların deneyime dayanan bir kolaylıkla yine herkesi uzmanına çevirdiği hatırlandığında, medya ve çocuk meselesinin de söylentilere ne kadar uygun olduğu görülebilir. Her televizyon seyreden, gazete okuyan, afişlere bakan kişi elbette medya uzmanı değildir. Kendi duygulanımları, görme ve okuma biçimi ancak bu alan için ham veri olabilir. Onun işlenebilmesi için medyanın iktidar, ideoloji, egemenlik ilişkileri bakımından değerlendirildiği o uzun tarihin bağlamına yerleştirilmesi gerekir. Bu da kişisel deneyimin ötesinde hayli derinlikli bilgileri gerektirir. Akademisyenlerin, uzmanların gitgide çok daha fazla bir ilgiyle medya alanına yönelmesi, onun etkileri, sonuçları üzerine çalışmaları muhakkak buradaki eksikliği gidermede önemlidir. Bu yönelişin kendisi de ayrıca modern zamanların anlaşılmasında medyanın karakteristik bir rol oynamasıyla ilişkilidir. Hemen hemen tüm disiplinlerin başına medya getirilerek bu izdivaçtan ilginç disiplinler oluşması, medyanın öneminin bir başka kanıtıdır. Artık ekonomiden tarihe, sosyolojiden siyasete her alan medya ile bağımlı hale gelmekte, bu optiğin dönüştürücülüğünden her bakımdan pay almaktadır. Tıpkı çocuklarımız gibi. Ortaçağ'da dünyanın öküzü boynuzunda durduğu inancına sık sık atıf yapılır, bu inancın ilham vericiliğinden faydalanarak söyleyecek olursak, modern dünya –elbette bir metafor olarak medyanın üzerinde dönmesini sürdürmektedir.

Dergimizin bu sayısında son derece kıymetli uzmanlar, öğretim üyeleri medya ve çocuk üzerine ufuk açıcı makaleler kaleme aldılar. Kendilerine teşekkür ediyoruz. Medya ve çocuk başlığı altındaki halen iki bilinmeyenli denklem gibi karşımızda duran bu alanın yeni ve cüretkar çalışmalara ne kadar açık olduğu ortada. Biz de sözlerimizi Kant'a atıfla bitirelim: "Bilmeye cüret etmek" için bu mecrada ilerlemeye devam!

Prof. Dr. Naci BOSTANCI



1. TÜRKİYE ÇOCUK VE MEDYA KONGRESİ ÇOCUK BİLDİRİSİ

Bu bildiri, çocuk komisyonlarında yaptığımız toplantılardaki görüşlerimizden oluşmaktadır. Biz çocuklar; haklarımızın farkındayız. Medyanın da bu haklarımıza saygı göstermesini bekliyoruz. Artık medya günlük hayatımızın her anında var. Medyanın hem olumlu hem de olumsuz etkilerinin farkındayız. Bazen olumsuz etkilerini daha çok hissediyoruz. Ama medyasız bir dünyanın da artık mümkün olmadığını biliyoruz. Bu nedenle medyanın olumsuz yönlerini azaltmak ve medyadan en iyi şekilde yararlanmamız için şunların yapılmasını istiyoruz :



1. İlkokuldan başlayan, zorunlu ve biz çocuklara görsel ve işitsel medyayı yorumlamamızı sağlayacak, eğlenceli geçecek medya okuyazarlığı dersi istiyoruz.



MEDYA OKURYAZARLIĞI

Prof. Dr. Zakir AVŞAR

ÖZET

Medyanın etkileri tartışmaları uzunca bir süre bu alanın başat inceleme konusu olmuştur. İzleyicinin/okurun mesajlar karşısındaki konumu farklı dönemlerde farklı politikalar gereği aktif ya da pasif kabul edilmiştir. Günümüzde geline nokta da ise, medyanın gücü artık tartışma götürmez bir hale bürünmüştür. Özellikle iletişim teknolojilerinin gelişmesi, medyanın etkinlik alanını artırmasında önemli bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır. Bireyler artık eskiye oranla daha fazla sayıda ve daha çeşitli medya mesajı ile karşı karşıya kalmaktadır. Bu niceliksel artış ise nitelik problemini beraberinde getirmiş ve zaman zaman denetlenemez hale gelen bu metinler karşısında bireyleri özellikle de gençleri ve çocukları daha bilinçli hale getirme gerekliliği üzerinde durulmuştur. Bu nedenle dünyada bir sivil toplum hareketi olarak çocuk ve genç izleyicinin zararlı yayınlardan korunmasını hedefleyen medya okuryazarlığı hareketi ortaya çıkmıştır. Bu hareket daha sonra hükümetler tarafından da benimsenmiş, pek çok dünya ülkesinde hükümetlerin desteği ile eğitim-öğretim programlarına medya okuryazarlığı dersi eklenmiştir.

Medyanın kendine özgü diliyle oluşturulan medya metinlerinin/ mesajlarının sorgulanması davranışlarını kazandırma olarak özetlenebilecek medya okuryazarlığı eğitimi bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada medya okuryazarlığı kavramı, amacı, önemi, tarihsel gelişimi üzerinde durularak, konunun çerçevesi çizilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Medya Okuryazarlığı, Radyo Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), Çocuk, Genç, İzleyici, Eğitim, İletişim.

GİRİŞ

Medya, insanların bilgilenmesi, haberdar olması, haber iletmesi, eğlenmesi, hoşça vakit geçirmesi, boş zamanlarını değerlendirmesi gibi pek çok ihtiyacını gördüğü bir ortam olmakla birlikte, organizasyon yapısı bakımından da büyük ölçekli ticari şirketler olarak karşımıza çıkmaktadır. Günümüzde, kısmen birleşmeler, devralmalar ve diğer farklılaştırma şekilleri sayesinde büyük iletişim holdingleri ortaya çıkmış ve bunlar medya alanında önemli roller üstlenmiştir. İletişim holdingleri, enformasyon ve iletişimle ilgili değişik endüstri şirketleriyle ilgilenen uluslararası ve multimedya şirketler olmakla beraber bu devasa ekonomik ve sembolik iktidar tekelleri, enformasyon ve sembolik içeriğin üretimi ve bunun küresel çaptaki dağıtımını için kurumsal bir temel sağlamaktadır (Thompson, 2008: 125).

Medya endüstrisindeki bu gelişim ve iletişim teknolojilerinin hızla yayılması, günümüzde medyayı daha da güçlü hale getirmiştir. Medya, insanların yaşam biçimini, eğlence anlayışını ve kültürel değerlerini değiştirerek, yaşamlarında söz sahibi olmaya başlamıştır. Bilgilendirme, yönlendirme ve eğitime gibi işlevleri olan medya, siyasal ya da toplumsal değişim dönemlerinde de önemli rol sahibidir. Örneğin, 21. yüzyılın en önemli kitlesel hareketi olan Arap Baharı, iletişim araçlarının rolünü gözler önüne sermiştir. Arap halklarının demokrasi, özgürlük ve insan hakları arayışları için kararlılıkla verdiği mücadele medya ile görünür hale gelmiştir.

Medyanın bu güçlü ve baskın etkisi karşısında, insanların medya tüketicileri olarak, yazılı, görsel veya işitsel medya ürünlerine edilgen bir şekilde maruz kalmamaları için, “medya okuryazarlığı” çerçevesinde bilinçlendirilmeleri ve bu üretimler karşısında daha aktif bir konuma sahip olmaları gerekmektedir.

Medya mesajlarını doğru anlayabilmek ve içeriği sorgulayabilmek artık zorunlu hale gelmiştir. Nasıl ki hem çocuklar hem de yetişkinler birçok konuda eğitim alarak bilgi edinip belli davranışlar geliştirmektedirler, insan yaşamında etkisi oldukça fazla olan medyayı doğru anlayabilmek ve çözümleyebilmek için de eğitim zorunlu hale gelmektedir. Bu yönleriyle medya okuryazarlığı eğitimi, medyayı doğru okuyabilme ve içerik üretebilme yetilerine sahip bireyler yetiştirmeyi amaçlamaktadır.

Bu çalışmanın amacı, medya okuryazarlığının tanımı, amacı ve tarihsel süreci hakkında bilgi vererek, medya okuryazarlarının neleri bilmesi gerektiğini ve medyayı doğru okuyabilmenin neden önemli olduğunu ortaya koymaktır.

Medya Okuryazarlığı Kavramı

Medya okuryazarlığının ne olduğuna dair çeşitli tanımlar mevcuttur. Temel olarak medya okuryazarlığı çeşitli biçimlerde mesajlara ulaşma, analiz etme, değerlendirme ve iletme yeteneğidir (Koltay, 2011: 212). Brüksel Deklarasyonu’na göre (2013); medya okuryazarlığı, medyaya ulaşabilme yeteneği, medyanın ve medya

içeriğinin farklı taraflarını anlamak ve değerlendirmek ve farklı bağlamlarda iletişimler yaratmaktır.

Medya okuryazarı; medyada yeniden kurgulanan iletileri ayırt edebilen ve algılayabilen, onunla ilgili yorumlarda bulunabilmek için ayrı bir beceri, altyapı bilgisi ve eğitsel organizasyon gerektiren bir eğitim sürecinin sonucu olarak medya yetkini sıfatını hak eden kişiyi betimleyen bir terim olarak algılanabilir (Taşkiran, 2007: 7). Bir başka görüşe göre de medya okuryazarı; basılı ve elektronik medyayı çözmek, değerlendirmek, analiz etmek ve üretmek yetilerine sahiptir (Aufderheide, 1992).

Medya okuryazarı olmak:

- Medyayı akıllı ve etkili bir biçimde kullanmaktır.
- Medya endüstrilerinin siyasi görüşü, gelişmesi, ekonomik tabanı ve idari yapısı konusunda bilgi sahibi olmaktır.
- Farklı kaynaklardan gelen bilginin doğruluğunu değerlendirmektir.
- Medyanın bireylerin ve toplumun inanç, tavır, davranışlar ve değerler üzerindeki etkisinin bilincinde olmaktır.
- Demokratik bir biçimde değişik medya kanalları yoluyla etkili iletişim kurmaktır (Özad, 2011: 89)

Medya Okuryazarlığının Amacı

İletişim teknolojilerinin gelişmesi ile bugünün çoklu ve sınır ötesi iletişim ortamı, hızlı bilgi akışı ve iletişim özgürlüğünün yanı sıra içerik sorununu da birlikte getirmiştir. Medya okuryazarlığı ise bu konuda bir çözüm olarak ortaya çıkmıştır.

Medya okuryazarlığı, medyanın mesajlarına karşı daha bilinçli olmayı sağlar. Televizyon programları, filmler, görseller, metinler, sesler ve internet siteleri; bunların hepsi medya mesajı taşır. Televizyondaki reklamdan, CD'deki müziğin sözüne, gazete yazısından bir tişörtün üzerindeki slogana kadar türlü biçimde akan medya mesajları karşısında bireylerin farkında ve uyanık olmasını sağlamak medya okuryazarlığının amaçlarının başında gelir (Pekman, 2011: 40).

Her yaştaki bireyde sorgulama alışkanlığı oluşturmak, ifade biçimlerini geliştirmek ve eleştirel düşünürler, etkili iletişimciler ve günümüz dünyasında aktif vatandaşlar yetiştirmek medya okuryazarlığı ile geliştirilmek istenen davranış biçimleridir.

Medya Okuryazarlığının Tarihsel Süreci

“Medya Okuryazarlığı Eğitimi Seferberliği” 1920’lerde İngiltere’de başlatılmış olup şu anda pek çok Avrupa ülkesinde ve Amerika’da uygulama dâhilindedir (Taşkiran, 2007: 7).

Kuzey Amerika'da yer alan ilk kitle iletişim araştırmaları, kitle iletişim araçlarının etkileri üzerine yoğunlaşıyordu. 1930'lar ve 1940'ların başlarındaki bu çalışmalar Kanadalı araştırmacı Harold Laswell'in ortaya attığı hipodermik iğne teorisinin egemenliği altında sürdürülüyordu. Bu teoriye göre insanlar, medyanın sürekli bir biçimde enjekte ettiği savunmasız bireyler olarak görülüyordu. Daha sonraları etki araştırmalarından farklı olarak ilgi, 'medya takipçileri' olarak nitelenen hedef kitle üzerinde yoğunlaşmaya başladı. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında, kitle iletişim araçlarının insanlara ne yaptığı değil, bireylerin medyaya ne yaptığı, medyayı hangi amaçlar için kullandığı araştırılmaya çalışıldı. Medya okuryazarlığı da bu yaklaşım ile aynı paralellikte bir ilişki içinde yer aldı. Mademki medya çocuklar ve gençler için etkili ve kötü bir silah olarak kabul edilmekteydi, o zaman medya okuryazarlığı onları medyanın kötü etkilerinden korumalıydı (İnceoğlu, 2011: 20).

1960'larda medya okuryazarlığı alanında bir paradigma değişikliği görülür. Bu değişiklik ile popüler kültürün zararlı olduğu görüşü değil, onun dâhilinde çalışmak önemsenir hale gelir (Taşkiran, 2007: 91).

1970'lerden itibaren Amerika'da kitle iletişim araştırmaları odağını izleyici üzerine kaydırmaya başlamıştır. Bu yaklaşım, metinlerin ve üreticilerin izleyiciler üzerindeki mutlak kontrolüne ve etkisine karşı çıkarken aktif izleyici anlayışını gündeme getiriyordu. Amerika'da var olan araştırma geleneği daha çok, medya, içerikler ve izleyiciler üzerindeki etkiler hakkında deneye dayalı bir takım araştırmaların yapılmasına yönelikti. Amerika Birleşik Devletleri'nde medya okuryazarlığı bu deneye dayalı gelenek çerçevesinde bir eğitim sorunu olarak ele alınmaktadır (Hepkon ve Aydın, 2011: 75).

1980'lere gelindiğinde, medyanın ideolojik gücünün imgenin doğallaştırılmasına bağlı olduğu kabul edildi. Böylece kurgulanmış iletiler doğal olarak kabul görmüş oldular. İmge ve temsillerin tüketimi de medya okuryazarlığının odak noktası haline geldi (Taşkiran, 2007: 92). 1980'lere kadar medya okuryazarlığı eğitimi Avrupa ülkelerinde yaygınlaştı.

İngiltere ve İskandinav ülkelerinde medya okuryazarlığı uzun zamandır tartışılıyor olsa da, AB kurumsal düzlemine medya okuryazarlığı kavramının girmesi ancak 2000 yılı sonrasına denk gelir (Pekman, 2011: 42). 2000 Lizbon Zirvesi'nden bu yana medya okuryazarlığı konusunda fikir üretme toplantıları düzenlenmiş ve e-egitim girişim bünyesinde otuz kadar medya okuryazarlığı projesi için 3,5 milyon Euro destek verilmiştir (Pekman, 2011: 43).

Başlangıçta sivil toplum hareketi olarak doğan medya okuryazarlığı konusu daha sonra hükümetler tarafından da benimsenmiştir. Bugün ABD, Kanada, İngiltere, Almanya, İtalya, Hollanda, İskoçya, İspanya, İsveç, Fransa, Danimarka, Finlandiya, Avusturya ve Avustralya gibi ülkelerde hükümetlerin de desteğiyle

ilkokul düzeyindeki okullarda Türkçe, matematik, sosyal bilgiler gibi medya okuryazarlığı dersleri okutulmaktadır. ABD’de ders materyallerinin oluşturulmasına yayın kuruluşları da destek olmaktadır.

Medya okuryazarlığı, Türkiye’de radyo ve televizyon yayıncılığı uzun yıllar tek kanallı TRT’nin tekelinde sürdürüldüğünden, 1990’lı yıllarda özel radyo ve televizyonlar yayına geçtikten sonra tartışılmaya başlanmıştır. 2003 yılında toplanan İletişim Şurası’nda konu gündeme getirilmiş ve Şura bünyesinde çalışan Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Komisyonu’nun katkısıyla “Toplumsal ve bireysel eğitim ve kültüre katkı sağlayacak, ruh sağlığını zedelemeyecek bir yaklaşımla ve özellikle çocukların zararlı yayınlardan korunması için AB’ye uyum çalışmalarının başlatılması ve ilk ve orta öğretim ders programlarına çocuklar ve gençlerin bilinçlendirilmesini sağlayacak medya okuryazarlığı derslerinin eklenmesi” önerilmiş ve bu öneri Şura’nın sonuç bildirgesinde de yer almıştır.

Milli Eğitim Bakanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), sivil toplum kuruluşları, medya örgütleri, üniversiteler arasında kurulan işbirliği ile oluşturulan “medya okuryazarlığı” projesiyle, öğrencinin medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine, medyayı okuyabilecek, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak iletişim olgusunda aktif bir birey olarak yer alabilmesi hedeflenmiştir. Çocuklar televizyon karşısında en hassas, etkiye en açık grubu oluşturan kesimdir. Çocukların ekranda izlediklerini, “gerçeklik” ve “kurgu” bakımından ayırt etme becerisini de kazanabilmeleri gereklidir. Ayrıca medyanın olayları ve olguları nasıl ve neden belli yönleriyle yansıttığının çocuklara anlatılması, böylece onların ilköğretim çağından başlayarak medyaya eleştirel bakabilen, bilinçli alıcılar olarak yetiştirilmeleri önem taşımaktadır.

Yine 2004 yılında Kadın ve Aileden Sorumlu Bakanlık Bünyesinde kurulan Şiddeti Önleme Platformu bünyesinde çalışan Medya ve Şiddet Çalışma Grubu’nda da izleyicilerin medya karşısında farkındalıklarının arttırılması konusu tartışılmıştır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun okullarda medya okuryazarlığı dersi verilmesi yönündeki resmi önerisi, çalışma grubu tarafından benimsenmiş ve sonuç raporuna da üç numaralı öneri olarak alınmıştır. Akabinde, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu 22 Eylül 2004 tarihli toplantısında (2004/70 No’lu toplantı / 19 Sayılı Karar) gençlerin ve çocukların eğitilmesi amacıyla medya okuryazarlığı dersinin ders programlarına konulması yönünde, Milli Eğitim Bakanlığı ile resmi temaslara başlanması konusunda karar almış ve bu karar doğrultusunda, 25 Ekim 2004 tarihinde de anılan Bakanlıkla bir protokol zaptı imzalanmıştır.

Bu çalışmalar doğrultusunda, RTÜK ve MEB işbirliği ile “Medya Okuryazarlığı Projesi” 2006-2007 eğitim-öğretim yılında hayata geçirilmiştir. Söz konusu dönemde Adana, Ankara, Erzurum, İstanbul ve İzmir’deki 5 ilköğretim okulunda pilot uygulama başlatılmış ve bu okullarda yedinci sınıflarda öğrenim görmekte

olan 780 öğrenci, medya okuryazarlığı dersini seçmeli olarak almıştır. 2007-2008 eğitim-öğretim yılından itibaren ise medya okuryazarlığı dersi tüm Türkiye'deki ilköğretim okullarında 6, 7 ve 8. sınıflarda seçmeli ders olarak okutulmaya başlanmıştır (RTÜK, 2009:144).

Genç ve çocuk izleyicilerin zararlı yayın içeriğinden, özellikle de şiddetten korunması konusunda hassas olan Üst Kurul, çocukların ve gençlerin gelişimini olumsuz etkileyebilecek yayınlarla mücadele ederken yalnızca müeyyide uygulamakla kalmayıp, önleyici ve düzenleyici çalışmalarına da devam etmektedir. Çocuk ve gençlerin televizyon programları arasından bilinçli seçimler yapmalarına rehberlik etmek, ana-babaların kitle iletişim araçlarının zararlı içeriklerinden çocukları koruma çabalarında desteklenmeleri ve bilgilendirilmeleri amacı ile "Televizyon Yayınlarında Koruyucu Sembol Sistemi" adı ile 2000 yılında bir çalışma başlatılmıştır. İzleyici ve yayın kuruluşları ile sorumluluk paylaşımına dayanan ve üç aşama şeklinde geliştirilen sistem, son aşamasında Hollanda hükümetinin AB'ye aday ülkelere sağladığı teknik destek programı MATRA Projeleri bünyesinde yürütülen çalışmayla, "Akıllı İşaretler" adı ile çok kısa bir sürede uygulamaya konulmuştur.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu yasal düzenlemelerin uygulamalarla desteklenmesinin; kamu yönetiminin, sektör temsilcilerinin, sivil toplum kuruluşlarının ve bireylerin işbirliği içinde çalışmalarını mümkün olabileceği, toplumsal duyarlılığın geliştirilmesi için de öncelikle eğitim olanaklarının artırılması gerektiği inancındadır. Bugünün dünyasında, bireyin sürekli artan medya mesajları karşısında neye maruz kaldığını bilmesi için de medya okuryazarlığı becerisi edinmesi en önemli önlemler arasında görülmektedir.

Medya Okuryazarlığının Önemi

Gelişen teknoloji ile elektronik medya, kullandığı olağanüstü teknik ve kanallarla çocuklar ve yetişkinleri kendine çekmekte, maruz kalınan enformasyon bombardımanı altında, özellikle çocuklar, kendilerine sunulan malzemeyi süzmeden, olduğu gibi almaktadırlar (Treske, 2011: 29).

Medyanın hem çocuklar, hem de bireyler üzerindeki etkisi oldukça fazladır. 1938 yılında Orson Welles'in Dünyalar Savaşı oyununun radyoda canlandırılmasının yarattığı ulusal panik, medyanın etkisini gözler önüne sermektedir. Program sırasında birçok kez bunun bir tiyatro oyunu olduğu söylenmiş, ama yine de insanlar oyunun gerçekliğine inanmışlardır. Günümüzde de, medyanın etkisi yadsınamayacak kadar fazladır. İnsanlar, farkında olmadan medya mesajlarına maruz kalmaktadır. İnsanlara, arabalarında dinledikleri radyo, yürürken karşılaştıkları reklam panoları ve masalarda duran gazeteler aracılığıyla sürekli medya mesajları iletilmektedir (Potter, 2011: 133).

Sosyal medyanın giderek etkinliğini artırmasına karşın, enformasyon/haber alma kaynağı ve vakit geçirme/eğlence aracı olma konusunda, televizyon halen üstünlüğünü korumaktadır. Televizyonun ilk yıllarından beri yapılan araştırmalar, yayınlarda yer alan mesajların çeşitli mekanizmalarla izleyiciyi etkilediğini ortaya koymaktadır. Televizyon haberleri ile, yetişkinlerin dünyasına ait, toplumsal hayattaki her türlü enformasyon, dolayısı ile dünyanın yaşadığı yaygın şiddet, olumlu-olumsuz her haber ve olay, evlerimize, oturma odalarımıza ve çocuklarımıza erişmektedir. Osman Gazi Üniversitesi öğretim üyelerince yapılan ve Cumhuriyet Üniversitesi Anadolu Psikiyatri Dergisi'nin 2004 Eylül sayısında yayınlanan bir bilimsel araştırma çocukların en çok televizyon izlediği saatlerde (hafta içi 16: 00-21:30, hafta sonu 09:00-21:30) yayınlanan filmlerdeki fiziksel, sözel ve psikolojik şiddet oranının yüzde 33 düzeyinde olduğunu göstermektedir. Sözü edilen araştırmanın, televizyonun en çok izlendiği saatlerde yayınlanan filmleri kapsadığı bildirilmektedir. Haber bültenlerinin, yarışmaların ve özellikle spor programlarının araştırmanın kapsamına alınması halinde ortaya çıkabilecek sonuçlardan endişe edilmelidir. Şiddet, yaygın bir sosyal problem olarak dünyanın her yerinde ve yaşamın her alanında karşımıza çıkmaktadır (Ayrancı vd: 2004).

Hayatın parçası olan şiddet ve diğer olumsuz olaylar televizyonun da konusu olmaya devam edecektir. Gerçek hayattan medyaya yansıyan ve televizyonun doğası gereği de her gün dozajı artan bu öyküler, şiddeti ve her türlü olumsuz örnekleri oturma odalarımıza kadar sokarak hepimizin hayatının bir parçası haline getirmekte, meşrulaştırıp, bireyleri duyarsızlaştırmaktadır. Bu tür haberlerin, kavga ve gerilimin reyting toplaması, şiddet içerikli haberlerle, terör ve felaket haberlerini televizyon haberlerinin başına taşımakta, haber bültenleri ve diğer bu tür içerikli programlarla, izleyiciye şiddet, terör ve felaketlerle, kavga dolu bir dünya sunulmakta, izleyicinin güven duygusu zedelenmektedir. Böylece sindirilen televizyon izleyicisi daha sonra sır dolu programlarla avutulmaya çalışılmaktadır. Gene gerilim içeren, ürkütücü sahnelerle adeta bir korku filmi gibi sunulan gizemli öykülerde, izleyiciye hiçbir iyiliğin ya da kötülüğün karşılıksız kalmadığı mesajı verilmekte, bu kez de dünya basit bir "etme/bulma" - "aklar/karalar" mantığı ile açıklanmaya çalışılmaktadır.

Öte yandan, sosyal medya ile herkes haber verebilir ve alabilir hale gelmiştir. Bu durum paylaşılan enformasyonun doğruluğunu daha fazla sorgulamamız gerektiğini göstermektedir. Geçtiğimiz günlerde, bir sosyal paylaşım sitesi olan Twitter'da bir kişinin İstanbul valisiymiş gibi "Yarın okullar tatil çocuklar, rahatlayabilirsiniz." mesajı göndermesi ve pek çok insanın okulların tatil olduğunu zannederek sevinmesi, medya okuryazarlığının önemine işaret etmektedir.

Medya mesajları her zaman gözüktüğü gibi olmadığından ve birçok anlamsal tabaka içerdiğinden, medya okuryazarı olmak oldukça önemlidir. Medya okuryazarlığı, hangi anlamları seçeceğimiz konusunda daha seçici hale gelmemizi sağlar.

Daha analitik olmak, medyanın etkilerini kontrol etmede ilk adımdır. Eğer mesajların farkında değilsek, medya, dünyayı nasıl algılamamız gerektiği konusunda kontrol sahibi olur (Potter, 2011: 134).

Yetişkinlerin dünyasına ait, toplumsal hayattaki her türlü enformasyonun elektronik kitle araçları ile evlerimize, her yaşta izleyiciye erişmesi engellenemez olmuştur (Treske, 2011: 29). Türkiye'deki insanların çoğunun günde ortalama üç saat televizyon izlediği ve bunun yanı sıra, insanların internet kullanımının da giderek arttığı düşünüldüğünde, bireylerin saatler boyunca etkisi altında olduğu medyayı anlayabilmesi, mesajları belli bir süzgeçten geçirebilmesi oldukça önemli hale gelmektedir.

Medya Okuryazarı Neleri Bilmeli?

W. James Potter'a göre, iki dünyada yaşıyoruz: gerçek dünya ve medya dünyası. Medya okuryazarlığı ise, medya dünyasından uzak durmak değil, yeni mesaj formatları ve yeni teknolojilerle sınırları belirsiz hale gelmiş ve birbiri arasına girmiş bu iki dünyayı ayırabilmektir (2011: 126).

Medya okuryazarlığı, görsel, işitsel medya ile çoklu medyanın büyük çeşitlilik gösteren formlardaki mesajlarına ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. Bu terim, eleştirel çözümlene sürecini ve kişinin kendi mesajlarını basılı, işitsel, görsel, çoklu medya ile yaratmayı öğrenmesini kapsamaktadır. Bu becerilerin ise okul ortamında ve kitle iletişim metinleri kullanılarak öğrenilmesi söz konusudur.

İzleyicinin medyayı bilinçli okumasını sağlayan medya okuryazarlığı, aynı zamanda insanın kendini özgürce ifade etmesi, bireyin toplumsal hayata daha aktif ve yapıcı katılımını sağlaması, medyanın iyileştirilmesi ile ilgili hareketleri desteklemek için bilinç oluşturmaya açısından önem taşımaktadır.

Medya okuryazarı, bir sorgulama yapmaksızın medyada sunulanlara inanamaması gerektiğini bilmelidir. Medyanın işlevini ve medyada sunulandan kimlerin yarar sağlayacağını bilmek oldukça önemlidir. Bu çerçevede medya okuryazarlarının bilmesi gereken bazı ilkeler vardır.

- Tüm Medya Kurgusaldır: Medya esasen gerçeği yansıtmayıp, özel amaçları olan ürünler sunmaktadır. Bu ürünlerin başarısı görünürdeki doğruluklarından ve kurgu gibi görünmemelerinden kaynaklanmaktadır. Kurgu gibi görünmemelerine karşın aslında kurgudurlar ve pek çok farklı kısıtlama ve karar mekanizmaları neden böyle olduklarıyla ilgilenmemektedir (Aufderheide, 2004).

Medyada sunulan içeriğin ne kadarının gerçek olduğu düşünülmelidir. Reality (Gerçeklik) Show olarak bilinen sıradan insanların yaşamlarını konu alan televizyon programlarında gerçek yaşamların sunulduğu yanılgısı vardır. Türkiye'de de

Biri Bizi Gözetliyor, *Ben Evleniyorum*, *Gelin Kaynana*, *Super Model* ve *Survivor* gibi birçok program yayınlanmış, bir kısmı da hala yayınlanmaktadır. Birçok ülkede farklı formatlarda yayınlanan *Survivor* yarışmasında yarışmacıların yalnız olduğu izlenimi yaratılmaktadır; ama aslında orada kamera ekibinden, mühendislerden, birçok kişi vardır. Orada yaşananların sadece %1'i, bunlar hiç kuşkusuz en dramatik olaylardır, yayınlanmak üzere seçilmektedir. Bu programlar reality (gerçeklik) programları olarak yansıtılsa da, Potter'ın da vurguladığı gibi aslında yansıtılan bir hayal gücünün ürünüdür ve hayal gücü ile gerçeklik birbirine zıt iki kavramdır (2011: 130).

- Medya Gerçekliği Kurgular: Medyanın kendisi kurgusalken, ürünleri bireylerin kafasında bir gerçek kavramı oluşturmaktadır. Bireyler gözlemlerine ve deneyimlerine dayanan bir gerçeklik modeline sahiptirler. Bireyler bu modeli kullanarak doğruyu yalandan ayırt edebilme kapasitelerine sahip olduklarına inanmaktadırlar. Fakat bireylerin gerçeklik modellerinin çoğu, medyanın sunduklarına veya örnek aldıkları ebeveyn ya da öğretmen gibi diğer insanlardan gördüklerine dayanmaktadır. Böylece kişisel yaşanmış deneyimle medya dünyasının arasına bir çizgi çekmek, görüldüğü kadar kolay olmamaktadır. Aslında medya her gün bireylerin gerçeklik algısını yapılandırmaktadır (Aufderheide, 2004).

- İzleyiciler Medyanın Anlamını Tartışır: Medya mesaj taşımaya rağmen, mesajlar herkes tarafından aynı anlamda algılanmamaktadır. Bireyler farklı deneyimlerinden, sosyo-ekonomik statülerinden, kültürel geçmişlerinden, cinsiyetlerinden, başlarına gelen olaylardan veya başkasının başından geçen olaylardan ötürü medya mesajlarından farklı anlamlar çıkarmaktadırlar (Aufderheide, 2004).

- Medyanın Ticari Faaliyetleri Vardır: Birçok medya ürünü bir iştir ve kâr etmek zorundadır. Bu yüzden medyayı çözümlerken şu sorular sorulmalıdır: Bunun için kim ödeme yapmıştır? Bu işi destekleyen ekonomik yapı nedir? Yapımcı, yazar veya yönetmen konu seçip çekime başladığında mali baskı, seçimlerini nasıl etkilemiştir? Medya bireylere değil, kitlelere hitap etmektedir. Gençler, kadınlar, erkekler, belirli bir görüşe sahip bireyler bu kitlelere örnek teşkil etmektedirler. Kitlelerin değeri o kitle için medya tarafından harcanan para ile doğru orantılıdır. Medyanın ticari faaliyetleri bir başka yönden sahiplikle ilintilidir. Bir şirket, kitle iletişim alanında üretim, dağıtım ve basım gibi birden farklı alanda faaliyetini sürdürüyorsa, o şirket, üretileni, dağıtılanı ve izlenileni denetim altında tutmak gibi güçlü bir beceriye sahip demektir (Aufderheide, 2004).

- Medya İdeoloji ve Değer Mesajları İçerir: Medya okuryazarı olan bir birey, medya metinlerinin her zaman değer taşıdığı ve ideolojik mesajlar barındırdığının farkındadır. Medya okuryazarı olan bir birey, bir şeyin taraflı olduğundan şikâyet etmeyip önyargıyı, varsayımı ve değerleri araştırır. Sonuçta bütün hepsi

insan yapımıdır. Herkes dünyayı kendi değerleri ve varsayımlarına göre yorumlamaktadır (Aufderheide, 2004).

- Medyanın Toplumsal ve Politik Söylemleri Vardır: Gerçekliği kurgulayan medya, ekonomik koşullar altında mesajları şekillendirmektedir. Ayrıca medya, mesajlarda yer alan değerleri güçlü bir şekilde aktarmaktadır. Medyanın toplum hayatında ve toplumun mensubu olan bireylerin hayatlarında önemli sosyal ve politik etkileri vardır (Aufderheide, 2004).

- Medyada Biçim ve İçerik Yakından İlişkilidir: Her medya kuruluşunun kendine has özellikleri mevcuttur. Bireyler önemli bir olayı gazetede okuyarak, televizyonda izleyerek, radyoda dinleyerek çok farklı deneyimlere sahip olabilmektedirler. Medya okuryazarı olan bir birey, medyanın sunduklarını biçim ve içerik bakımından sorgulayabilmek için şunları sormalıdır: Medya kuruluşu içeriği nasıl şekillendirmiştir? Medya kuruluşu iletilerini sunarken kapasitesini ne ölçüde kullanmıştır? (Aufderheide, 2004).

- Her Medya Kuruluşunun Kendine Has Estetik Bir Biçimi Vardır: Medyanın ilettiklerinin nasıl incelenip değerlendirileceği medyanın sadece bilgi aktaran bir araç olmadığının bilinmesiyle ilişkilidir. Medya, bireylere bilgi sunarken estetik kaygıları da bünyesinde barındırmaktadır. Yazıda beceriyle kullanılmış deyimler, güçlü alıntılar, sağlam yapılandırılmış bir tartışma, medya takipçilerinin dikkatlerini çekmektedir. Bireyler medyanın nasıl yapılandığını anladıklarında medyanın estetik değerlerini yargılayabilir duruma gelebilmektedirler” (Aufderheide, 2004).

Medya okuryazarlığı derslerinde görsel işitsel iletişim araçları tanıtılır, bunların işleyişleri hakkında teknolojik bilgilerin verilmesinin yanı sıra kimler tarafından izlendikleri, ne kadar süreyle izlendikleri, etki alanları ve güçleri hakkında da bilgiler verilir. Ders kapsamında öğrencilere haber metinlerinin, görüntülerin, programların, reklamların nasıl hazırlandığı, nasıl kurgulandığı, hangi mesajların nasıl verildiği, neyi amaçladığı, mesajların verilmesinde teknik olanaklardan nasıl yararlandığı, hangi sembollerin kullanıldığı anlatılır. Öğrencilerin de öğrendikleri bilgiler çerçevesinde haber, program, film üretmeleri sağlanır. Ayrıca medyanın mülkiyet yapısı, medya üretiminin nasıl pazarlandığı, alıcısının/tüketicisinin kimler olduğu, medyanın kamuoyunu nasıl etkilediği, nasıl oluşturduğu konularında bilgiler verilir. Verilen eğitimle öğrencilerin medyayı okurken/izlerken “Bu haberin amacı nedir? Haberin kurgusu doğru mudur? Eksik olan unsurlar nelerdir ve neden eksiktir? Haberde olayın bu şekilde kurgulanmasından kim menfaat sağlayabilir?” gibi sorular yönelterek eleştirel bakış açısıyla, medyayı daha bilinçli olarak okumaları amaçlanır.

Medyayı Doğru Okuyabilmenin Önemi

Medyanın doğru bir şekilde değerlendirilmesi kolay bir beceri değildir. Medya içeriğinin yaratıldığı sosyal, kültürel, ekonomik, politik ve tarihsel süreci bilme-

miz gerekir. Otoriteyi, objektifliği ve niteliği sorgulamak, yeni iletişim teknolojileri ile daha da önemli hale gelmiştir (Livingstone, 2004: 6-7).

Bir haber okunurken, haber, başlık ve fotoğraflar arasında bir bağlantı olup olmadığına, nasıl bir dil kullanıldığına, nasıl bir ideolojik bakış açısının egemen olduğuna, haber kaynağına, eğlence içeriği taşıyıp taşımadığına, olay kişilerinin tanımlanma biçimlerine ve bir peşin hüküm olup olmadığına bakılır.

Medya, doğru olmayan davranışların kabul görür hale gelmesine sebep olabilir. 2000'li yılların başında ulusal bir televizyon kanalında yayınlanmakta olan Tatlı Kaçıklar dizisinde Mehmet Ali Erbil ile Yalçın Menteş'in oynadığı evli karakterler sürekli kaçamak arayışı içindedir ve dizinin örgüsünde bu kaçamak arayışı sevimlileştirilir. Yerli dizilerde özellikle turist kadınlar 'serbest ve müsait' kadın olarak görülerek, sarkıntılık, taciz, tecavüz eylemleri meşrulaştırılır (Binark, ve Bek, 2007: 160). Medya ile kadının anne, ev hanımı vb. gibi rolleri de pekiştirilir. Bu örnekler, bireylerin eleştirel bir bakış açısına sahip olması gerektiğini gözler önüne sermektedir.

Sabah Gazetesi'nin 18.05.2005 tarihli "Aşırı terlemenin çaresi botox!" başlıklı haberinde, şu cümlelere yer verilmiştir: "Ben kendi deneyimlerimde, özellikle avuç içlerinde, koltuk altlarında, topuklarda ve alında, botox ile çok iyi sonuçlar aldım. Hastalarımın birçoğu 10 ay kadar rahat ettiler." Haberde herhangi bir kaynak yer almamasına rağmen bir doktorun ağzından çıkabilecek cümlelere yer verilmiştir. Bir araştırma yapıldığına dair bir referans da haberde yer almamaktadır (Çınarlı ve Yılmaz, 2011: 248).

Yeni Şafak Gazetesi'nin 02.01.2005 tarihli "Kredi Kartına Taksitle Tüp Bebek" başlıklı haberinde şu cümlelere yer verilmiştir: "Son model teknolojiyle donatılmış Süleymaniye Kadın Doğumevi, en ucuz tüp bebek tedavisinden yararlanmak isteyenlerin akınuna uğruyor. Üstelik kredi kartına taksitle..." Bu cümleler bir reklam metnin andırmaktadır ve bu durum sağlık mevzuatına aykırıdır. Tıp teknolojisinin uygulandığı sağlık kuruluşlarının adlarının, işlemin fiyatının ve işlemi yapan hekimlerin adlarının açıkça beyan edilmesi yasaya aykırıdır (Çınarlı ve Yılmaz, 2011: 248).

Bireyler, medyayı doğru okuyabildikleri oranda kendileriyle ilgili doğru kararlar verebilirler. Yukarıdaki örneklerden yola çıkılarak, eleştirel bir bakış açısının medya okuryazarlığının temeli olduğu söylenebilir. Eleştirel bir gözle bakarak, medyanın bize vermek istediği mesajları sorgulamadan doğru kabul etmek yerine, haberi, bilimsel bir veriye sahip olup olmadığı, doğru kaynaklara yer verilip vermediği gibi kıstaslarla değerlendirmeliyiz.

Özellikle, bilgi ve haber akışını fazlasıyla artıran, yurttaşları da birer haberci haline getiren sosyal medya ile içeriğin sorgulanması daha da önemli hale gelmektedir.

SONUÇ

Her gün insanlar televizyon programları, filmler ve internet siteleri gibi birçok farklı iletişim aracı ile medya mesajlarıyla karşılaşmaktadır. Sorumlu bireyler olarak, medyanın bize sunduğu mesajlar arasından seçim yapmak bizim sorumluluğumuzdadır.

Medya okuryazarı bireyler, medyanın kurgusal olduğunu, politik söylemleri olduğunu, belli bir ideolojiye sahip olduğunu ve belli ticari kaygılara sahip olduğunu bilmeli ve sorgulayıcı bir bakış açısına sahip olmalıdır. Sorgulayıcı bir bakış açısı ile medya içeriğini anlayabilmenin de ötesinde otoriteyi, objektifliği, niteliği değerlendirebilir ve böylece medyanın içeriği bize doğrudan dayatmasının önüne geçebiliriz. Medya okuryazarları, içeriği, kaynağı ve biçimi sorgulamanın yanı sıra, medyanın estetik değerlerini de eleştirebilmelidir.

Medya okuryazarlığı, hem çocuklar hem de yetişkinler için günümüz dünyasında oldukça önemlidir. Medya okuryazarlığı eğitimi ile insanlar, ifade biçimlerini geliştirerek, eleştirel düşünerek etkili iletişimciler ve aktif vatandaşlar olabildikleri gibi, medya dünyası ile gerçek dünyayı da ayırabilir hale gelirler. Bu çerçevede medya okuryazarlığı eğitimleri daha yaygın hale gelmeli ve insanlar da izledikleri, dinledikleri ve gördükleri enformasyona karşı daha eleştirel bakmayı öğrenmelidir.

Son Not:

Prof. Dr. Zakir AVŞAR, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı.

KAYNAKÇA

- AYRANCI, Ü., KÖŞGEROĞLU, N., GÜNAY, Y. Televizyonda çocukların en çok seyrettikleri saatlerde gösterilen filmlerdeki şiddet düzeyi, *Anadolu Psikiyatri Dergisi*, 2004; 5(3):133-140.
- BİNARK, M., GENÇEL BEK, M. (2007) Eleştirel Medya Okuryazarlığı. Kuramsal Yaklaşımlar ve Uygulamalar, İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.
- ÇINARLI, İ., YILMAZ, E. (2011). "Sağlık Bilincinin Oluşturulmasında Medya Okuryazarlığının Önemi", Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşomen Yayıncılık, s. 243-251.
- HEPKON, Z., AYDIN, O. Ş. (2011). "Medya Okuryazarlığına Politik Bir Bakış: Medya Okuryazarlığı Hareketi", Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşomen Yayıncılık, s. 73-86.
- İNCEOĞLU, Y. (2011). "Medyayı Doğru Okumak", Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşomen Yayıncılık, s.19-23.
- KOLTAY, T. (2011). "The Media and The Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy", *Media Culture Society*, 33(2) s.211-221.
- LIVINGSTONE, S. (2004). "Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies", *The Communication Review*, 7(1), s. 3-14
- ÖZAD, B. E. (2011). "Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi", Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşomen Yayıncılık, s. 87-95.
- PEKMAN, C. (2011). "Avrupa Birliğinde Medya Okuryazarlığı" Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşomen Yayıncılık, s. 37-45.
- POTTER, W. J. (2011). *Media Literacy 5th edition*, California: SAGE Publications.
- RTÜK (2009) Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması 2.
- TAŞKIRAN, N. Ö. (2007). *Medya Okuryazarlığına Giriş*, İstanbul: Beta Basım.
- THOMPSON, J. B. (2004). *Medya ve Modernite*, İstanbul, Kırmızı.
- TRESKE, G. (2011). "Medya Okuryazarlığı Neden Gerekli" Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşomen Yayıncılık, s. 25-37.

İNTERNET ERİŞİMLERİ

- AUFDERHEIDE P. (1992). *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Washington, DC: Aspen Institute. http://www.medialit.org/reading_room/article356.html(Erişim Tarihi: 28.01.2013).
- AUFDERHEIDE, P. (2004) "General Principles in Media Literacy", *European Media Literacy Online Review*, 1, <http://newsreel.org/articles/aufderhe.htm> (Erişim Tarihi: 28.01.2013).
- BRÜKSEL DEKLARASYONU:<http://www.declarationdebruxelles.be/en/declarationaccueil.php> (Erişim Tarihi: 28.01.2013).



GENÇLERDE MEDYA BAĞIMLILIĞI

Prof. Dr. Necla MORA

ÖZET

İnsanlık, her yeni buluşla zihinsel değişim ve dönüşüme uğramıştır. Yazının bulunuşu, matbaanın icadı, elektrik ve elektronik döneme geçiş, insanlığın gelişmesinde köklü değişiklikler yaratmıştır. Ong, insanlığın elektronik kültür dönemine geçişini ikincil sözlü kültür dönemi olarak tanımlar. Teknoloji ile aracılanmış bu dönemde insanlar, birincil sözlü kültür döneminde olduğu gibi canlı ve katılımcı sözel anlatıma önem vermekte ve kalıp cümleler kullanmaktadır. Günümüzde özellikle gençler arasında yüzyüze iletişimin yerini teknoloji ile aracılanmış ve kısaca medya olarak tanımlayabileceğimiz yeni iletişim ortamları ve yeni iletişim araçları almıştır.

Elektronik kültürle yetişen gençlerin son yıllarda eğitim ve öğretim ortamında kendilerini yazılı ve sözlü ifade etme güçlüğü yaşadığı fark edilmektedir. Ayrıca gençler arasında dikkat dağınıklığı ve yorgunluk belirtileri gözlemlenmektedir. Bunun çeşitli nedenleri olmakla birlikte medya bağımlısı gençlerde görülen yorgunluğun nedeni gece boyunca bilgisayar başında yarı uyur yarı uyanık oyun oynama veya gelen mesajlara yanıt verme zorunluluğu hissetmelerinden kaynaklandığı, bu kişiler tarafından ifade edilmektedir.

Bu çalışmanın amacı, özellikle bazı gençlerde kendini ifade ederken gözlemlenen, 1. Uygun sözcükleri bulamamak, 2. Düzgün cümle kuramamak, 3. Her anlatılana "Aynen" vb. bir yanıt vermek, 4. Yazı yazarken konuşma dilini kullanmak, sorunlarına farkındalık getirmektir.

Çalışmada, derinlemesine mülakat tekniği ile 18-21 yaş arası üniversite öğrencileri arasından tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilen öğrencilerle yüz yüze görüşme yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: İkincil Sözlü Kültür Dönemi, Medya Bağımlılığı, Bellek Yitimi, Dil Yitimi, Grup Aidiyeti, Grup Kimliği.

GİRİŞ

Elektrik ve elektronik kültür dönemi, Samuel Morse'un 1844 yılında Claude Chappe'nin optik telgrafını elektrikli hale getirerek bilgileri, Washington-Baltimore arasında kurduğu telgraf hattından Morse alfabesi ile göndermesiyle başlamıştır. Böylece bu zamana kadar insanla birlikte taşınan bilgi, uzam, zaman ve insan kavramlarından bağımsız olarak bir yerden bir yere ulaştırılmaya başlanmıştır (Baldini, 2000: 87-88). Marshall McLuhan ve Quentin Fiore 'Yaradanımız Medya' adlı çalışmalarında, elektronik kültür döneminin içinde yaşadığımız zaman ve uzamın, toplumsal yaşamımızdaki ilişki kalıplarını ve özel yaşamımızın her anını biçimlendirerek yeniden inşa etmekte olduğunu belirtirler (2005: 8). Onlara göre, günümüzde kuşaklar arası yabancılaşmanın başlıca nedeni gençlerin içinde yaşadığımız mitik ve derin elektronik dramı içgüdüsel bir biçimde algılayabilmesinden kaynaklanmaktadır. Bu durum medyanın dünya üzerinde yarattığı enformasyonla, çocukların yetiştirilmesinde ve yeni yetişen kuşakların karakterinin biçimlenmesinde ebeveyn ve eğitimcilerden daha fazla etkili olduğunu göstermektedir (2005: 9,14). Dolayısıyla ebeveyn ve eğitimcilerin yeterli olmadıkları için bıraktığı boşluğu medya doldurmakta ve gençleri kendi etkisi altına almaktadır.

Walter J. Ong, 'Sözlü ve Yazılı Kültür, Sözü'nün Teknolojileşmesi' adlı çalışmasında, insanlığın elektronik kültür dönemine geçişiyle, elektronik araçlar aracılığıyla yapılmaya başlanan sözel anlatımın, insan bilincinin dönüşümünü sağlayarak, insanlığın ikincil sözlü kültür dönemine girmesine neden olduğunu belirtir. Ong'a göre, ikincil sözlü kültür dönemi, kısaca medya olarak tanımladığımız, telefon, radyo, televizyon, bilgisayar ve ses kayıt cihazları benzeri çeşitli elektronik teknoloji ürünleri toplumsal katılımcılığı sağlayarak topluluk duygusunu geliştirmiştir (1995: 160-161).

Bu dönem, insanın yaşadığı ana odaklanması ve sözlü kalıpları kullanmasıyla birincil sözlü kültür dönemine benzeyen özellikler gösterir. İkincil sözlü kültür dönemini birincil sözlü kültür döneminden ayıran zaman ve uzam farkının yanında, birincil sözlü kültürün zamanın şartlarından kaynaklanan bir özellik taşıdığı ve yüz yüze yapıldığını belirtmek gerekir. İkincil sözlü kültür dönemi ise, el yazmalı ve basılı kültür döneminden sonra bu buluşların ortaya çıkardığı sosyal, siyasal, kültürel, ekonomik birçok değişim ve dönüşümün üzerine inşa edilen teknolojiyle aracılanmış bir dönemdir. Bu dönemde, yüz yüze iletişimde belirli bir zorunluluk yoksa yine teknoloji aracılığıyla yapılmaktadır. Örneğin, sınıf içinde yüz yüze iletişimin yapıldığı ortamda, öğrencilerin yanında oturan arkadaşıyla telefonla mesaj göndererek iletişim kurması sıklıkla rastlanan davranışlardan biridir.

Aydın Uğur'a göre, medya, halkın içinde yaşadığı dünyayı zihninde inşa etmesine aracılık eden bir araçtır (2002: 98). Diğer yandan medya, bu dünyada kötülüklerin görünür hale gelmesi, münferit kötülüklerin genellenmesi, olabilecek potan-

siyel kötülüklerin dramatize edilmesi yoluyla çözümsüzlüğü yaygınlaştırarak, karamsarlığın sıradan hale gelmesine yol açar. Böylece medya, toplumsal güvenin yok olmasına, yerini kaosa, kaygıya ve çözümsüzlüğe bırakmasına neden olur (Güneş, 2006: 167). Dolayısıyla medya, insanların etrafının kötülüklerle çevrili olduğu duygusu yaratarak onların gelecekle ilgili umutlarını ve hedeflerini yok ederek günü yaşamayı teşvik eder. Yarınından emin olmayan insan bu dünyada eğreti olduğunu düşünerek, gelecekle ilgili planlar yapmaktan kaçınır. Bu durum, özellikle medya bağımlısı gençleri olumsuz etkilemektedir.

KURAMSAL ÇERÇEVE

19. yüzyıldan itibaren teknolojilerin ortaya çıkmasıyla başlayan elektronik kültür dönemi, insanların ve toplumların yaşamında teknolojinin belirleyici olduğu görüşünün ortaya atılmasına neden olmuştur. Bu görüşe göre, 'araçları insanlar belirler, ancak onlar da insanları şekillendirir'. Teknolojik belirleyicilik denince akla ilk gelen isimler Harold Innis ve öğrencisi Marshall McLuhan'dır. Harold Innis, kültür ve toplumsal örgütlenme üzerinde durur. Kültürü ve örgütlenmedeki değişimi iletişim teknolojisindeki değişimle ilişkilendirir. Marshall McLuhan ise, iletişim teknolojisinin insanların duyularını dönüştürücü etkisi olduğunu söyler. Ona göre, 'teknoloji insanın uzantısıdır', teknoloji, dünyayı 'global bir köye' dönüştürür (Erdoğan ve Korkmaz, 2010: 143-144). Teknoloji, içeriği biçimlendirerek, ürüne yedirilmiş enformasyon olarak tüketiciye ulaştırır. McLuhan'ın ' mesaj, aracın kendisidir' sözü ile anlatmak istediği budur (Güneş, 2001: 142-143). Diğer yandan bu görüşe karşı Manuel Castells, 'enformasyonelizmin ruhu' olarak kavramsallaştırdığı ağ ilişkilerinin ahlaki temellerini, kültürün geleneksel olarak ifade ettiği değerler sisteminden farklı, zihinleri aşan, ağ içindeki katılımcıların stratejilerini dayandırdığı, ağın üyeleri değiştikçe değişen, ağdaki birimlerin kültürel ve örgütlenme düzeylerindeki dönüşümleri izleyen, birçok kültürden, birçok değerden ve birçok stratejiden oluşan çok yüzlü sanal kültür, yaratıcı yıkım kültürü olarak tanımlar (2008: 270). Bu kültür, yeni yetişen kuşakların kültürel olarak kendi köklerinden beslenmesini engelleyerek, onu kendine kolay av haline getirir. Böylece sömürü düzeninin yeni hedef kitlelerini kolaylıkla etki altına alabilir.

Medya tüketicilerini, pasif tüketiciler ve aktif tüketiciler olarak ikiye ayırabiliriz. Pasif tüketiciler, izleyen, dinleyen, okuyan olarak sadece içeriği tüketenlerdir. Aktif tüketiciler ise, telefon ve internet üzerinden oyun oynayarak veya sosyal medyada yer alarak iletişime katılımcı olarak iştirak ederler. Bize göre, medya tüketimini birey kendi bilinçli tercihi ile yapabiliyorsa ve istediği anda sonlandırabiliyorsa bağımlı olduğu söylenemez. Ancak işini, okulunu, uykusunu ihmal edecek oranda teknoloji tüketimine ihtiyaç hissediyorsa burada bağımlılıktan söz edebiliriz. Medya bağımlılığı konusunda DeFleur ve Ball-Rokeach'ın ortaya attığı görüşe göre, sanayileşmiş toplumlarda izleyiciler kitle iletişim araçlarına enfor-

masyon kaynağı olarak yüksek ölçüde bağlıdır. Bunun nedeni dünyada etkili ve anlamlı davranma isteği, günlük sorunlardan ve gerginliklerden kaçma isteği olabilir. Dolayısıyla medyaya duyulan ihtiyaç ve istek arttıkça bağımlılık artar. Bağımlılık arttıkça izleyicide, algısal, duygusal ve davranışsal olmak üzere bir takım etkiler ortaya çıkar (Erdoğan ve Korkmaz, 2010: 159-160). Dolayısıyla medya bağımlılığı gençlerde gerçeklik algısını, duygu durumunu ve davranışlarını, gerçek yaşamdaki ilişkilerini, sorumluluklarını, gelecekle ilgili beklentilerini, ihtiyaç ve isteklerini sağlıklı yürütmesini olumsuz etkiler.

MEDYA BAĞIMLILIĞI ve BAĞIMLILIĞIN NEDENLERİ

Uygar bir yaşamın ilişki ve süreçleri asgari bir güven ortamında başlar ve gelişir. Ailede, okulda, çevrede, işyerinde sürdürülen ilişkiler asgari güven şartına bağlı olarak olgunlaşır. Güven duygusu ile işbirliği, işbölümü ve dayanışma gerçekleşir (Güneş, 2006: 162). Ancak 1980 sonrası yetişen kuşak, hem neo liberalizmin dayattığı tüketim kültürü ve buna bağlı değişen aile ilişkileri, hem de sosyal kısıtlanmışlık nedeniyle yalnızlaşmıştır. Bu ortamda, sanal dünya, gençlerin, eğlenme, alışveriş yapma, arkadaşlık kurma yoluyla yalnızlığını ve durağanlığını gidermeye çözüm olmuştur. Gençler, hedonizm, moda, eğlence ve imajlarla birlikte gerçek yaşamda bulamadığı heyecanlı ilişkileri, yeni kimlik tasarımlarını ve kültürel ortamı sanal dünyaya eklenen tüketim kültüründe bulmuştur. Medyanın kültürel alanda oynadığı rol, bir yandan yeni bireysel ve toplumsal ilişki biçimlerinin, yeni kimliklerin, yeni kültürel yönelimlerin oluşmasına olanak sağlarken, diğer yandan homojenleşmiş küresel ölçekte bir kültürün inşasına olanak tanımaktadır (Güzel, 2007: 177-178). Tüketim kültürünün etkisi ile benzer tüketim alışkanlıkları geliştiren gençlerin yaşam tarzları, giyim, beslenme, eğlence vb. alışkanlıkları ile giderek birbirine benzeme eğilimi içine girmelerinin yanında, kendilerine özgü bir konuşma, düşünme ve davranma kültürü geliştirmişlerdir.

İletişim sosyolojisine göre, medyanın belirleyici özelliği, teknik araçlarla zaman ve uzam içinde yüksek miktarda tekrarlanabilen mesajı çok geniş izleyici kitlesine iletmesidir (Geray, 2003: 17). Ancak katılımcıların kültürü bu araçların kullanımında etkilidir. Sınırlı kültürel donanımına sahip olan gençler, internette ve cep telefonu ile bağlandıkları sitelerde şöhret kültürü tüketimini gerçekleştirmektedir. Bunun nedeni kendi sınırlı sosyal çevreleriyle paylaşabilecekleri bir kültürel birikim aramalarıdır. Ayrıca bu gençler, cep telefonlarını vücutlarının bir parçasıymış gibi yanlarında taşımakta ve uyurken veya başka bir etkinlik yaparken telefonlarını kesinlikle kapatmamaktadır (Binark, 2007: 168, 171). Sürekli teknolojik araç gereçle uğraşan gençlerin yüz yüze iletişim kurma, konuştuğu insanla göz teması kurma gibi bir girişimi bulunmamaktadır. Bu gençler, aynı anda birçok şeyle ilgilenmeleri nedeniyle ne gerçek yaşamda olanla, ne de sanal ortamda ilgilendiği

konuyla tam bir etkileşim içine girememekte ve ne orada, ne burada, bir ruh hali içinde yaşamaktadır.

Zygmunt Bauman'a göre, günümüz insanı, içinde yaşadığı belirsizlik duygusu ve gelecek kaygısıyla, düş kırıklıklarından kaçınmak için bağımlılıklar geliştirmeye ve uzun süreli taahütlere girmekten kaçınarak arzu nesnelere anında yararlanmak ve daha sonra onları kaldırıp atmak eğilimindedir. Piyasalar bu durumu hem hazzı, hem de eskimeyi anlık hale getirecek biçimde değerlendirir. Ona göre, 'erkekler ve kadınlar dünyayı, tek kullanımlık nesnelere dolu bir çöp konteyneri gibi algılayacak biçimde eğitilerek', her şeyin kullanılıp atılabileceğini ve yerine yenisinin alınabileceğini düşünürler. Geleceğin tehlikelerle dolu olduğu bir dünyada 'şimdi' ve 'burada' olmayan kaçırılmış bir fırsattır. Anı yakalamak ve ondan azami ölçüde yararlanmak gerekir. Bauman' a göre, 'böylesine güvensiz ve her şeyin iğreti olduğu dünyada akıllı ve becerikli gezgin fazla yük taşımaz ve kendisini engelleyecek hiçbir şey için gözyaşı dökmez'. Ona göre, bu strateji, tüketim toplumunun 'şimdi hayat' stratejisinin parolasıdır (2011: 193-194). Ailenin bıraktığı boşluğu, medya üzerinden sosyalleşerek gidermeye çalışan gençler günlük yaşamlarını aksatacak ölçüde bu araçlara bağımlılık geliştirmişlerdir. Dolayısıyla gençlerin çözümsüzlükten bir kaçış yolu olarak gördükleri medya, onları daha büyük bir çözümsüzlüğün içine çekmekte ve gerçek yaşamla olan bağlarını olumsuz etkilemektedir.

Medya Bağımlısı Gençlerin Sorunları

Henry A. Giroux'a göre, 18-25 yaş arası gençlerin tipik özelliği haline gelmiş değişken ve süreklilik göstermeyen davranış biçimleri içinden çıkamadıkları post-modern kültürel koşullardan beslenmektedir. Bunlar; çalışma ve serbest zaman karmaşası, geleceğin belirsizliği, güven duyulan bir aile ortamı kavramının zedelenmesinin yanında, sanal ortamda imajlar dünyasında edindikleri zaman ve uzam deneyiminden kaynaklanmaktadır (2007: 159).

Güzin Sübaşı' nın cinsiyet, akademik başarı, ailelerin sosyo - ekonomik düzeyi, anne-baba tutumu, yalnızlık, özsaygı ve iletişim becerileri değişkenlerinin üniversite öğrencilerinin sosyal kaygı düzeylerini yordama gücünü belirlemek için yaptığı araştırmanın bulgularına göre, gençlerin özsaygı düzeyleri düştükçe, sosyal kaygıları artmakta, kendilerini daha yalnız hissetmekte, kendilerine daha az güven duymakta ve yeterli olamama duyguları yaşadıklarından kişilerarası iletişimde güçlük çekerek kendilerini daha fazla yalnız hissetmektedirler (2007: 11)¹. Gençlerin yaşadıkları bu kısır döngü, bir kaçış yolu olarak gördükleri medyaya bağımlı hale gelmelerine neden olmaktadır.

¹ Ayrıntılı bilgi için bkz. Sübaşı, G., "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Kaygıyı Yordayıcı Bazı Değişkenler", Eğitim ve Bilim, Yıl 2007, Cilt 32, Sayı 144.

Aşağıda, medya bağımlılığı olan gençlerde gözlemlenen sorunlar üç alt başlık altında ele alınmıştır. Bunlar; 1. Bellek yitimi sorunu, 2. Dil yitimi sorunu, 3. Yüz yüze iletişim kurma sorunudur.

Medya Bağımlısı Gençlerde Bellek Yitimi Sorunu

İnsanların belleği olmasaydı, belirli bir deneyimden öğrendiği davranış ve görüşleri saklayamazdı ve her defasında aynı davranışları yeniden öğrenmek zorunda kalırdı. Belleğin olmadığı yerde öğrenimden ve öğrenilen bilginin birikiminden söz edilemez. Bellek sayesinde insanlık dil ve kültürü geliştirmiş ve günümüz toplumlarını oluşturmuştur. Belleğin iki temel boyutta özelliği vardır. Birinci boyut, belleğin aşamalarıdır. Bunlar; kodlama, depolama, arabul -geriye getir aşamalarıdır. İkinci boyut belleğin türlerini belirtir. Bunlar; kısa süreli bellek ve uzun süreli bellek olarak ikiye ayrılır (Cüceloğlu, 1996: 169-170). Bellek, bireyin kültürel aidiyetini ve kimliğini tanımlayan bilgilerle onu yönlendirerek, kendini ve içinde yaşadığı toplumu anlamasını ve kendini bu ortamda konumlandırmasını sağlar.

Medya, insan zihninin fizik ve sosyal çevrenin dışında farklı kodlama yapmasını gerektirir. Bu kodlamada kelime, kavram, gerçek mekan, gerçek kişiler yerine sembolik düzen ve sembolik unsurlar yer alır. Bu nedenle medyatik belleğin hatırlama şekli sembollere dayalıdır. Hatırlama dil üzerine yapılan bir özellik olduğundan hatırlamayı gerçekleştiren çağrışımlar dilsel özellik gösterir. Dil sembollerden oluştuğundan bellek de sembolik özellikleri barındırır. Medyatik bellek ise, sembolikleştirilen enformasyonun bellek yanılısalarına neden olmaktadır. Bu nedenle medyatik bellek, medyatik temsillerden kaynaklanan bellek yitimine neden olur (Sözen, 1997: 13-14). Jean Baudrillard' a göre, insanlık gerçek dünyayı yok ettiği için göstergeler dünyası da yok olmuştur. Gerçekliğin ortaya çıktığı, dünyanın anında imgesel düzeyde kurulabildiği ve kendisine müdahale edilemediği zaman, önce gösteri, yabancılaşma, mesafe, aşkınlık, soyutlama benzeri şeylerin varlığı ve gösterge ile kurulan anlamsal ilişkilerin gerçekte kurulan anlamsal ilişkilerle birlikte sanal ve sayısalardan oluşan evrende yok olup gittiğini belirtir (2005: 67-68). Yüz yüze ilişkilerin yok olduğu, toplumsal kültürün ebeveyn üzerinden aktarılamadığı ortamda yetişen gençler, medyanın oluşturduğu ve kurallarını belirlediği sanal ortamlarda, medya üzerinden kültürlenmektedir. Dolayısıyla gençler, imgesel bellekleri medya üzerinden kodlamalar yaptığından, gerçek yaşamla ilgili bellek yitimine uğramaktadır.

Medya Bağımlısı Gençlerde Dil Yitimi Sorunu

Dil, duygu ve düşüncelerin ses, yazı, resim, görüntü benzeri üzerinde toplumsal uyum sağlanmış araçlarla başkalarına iletilmesini veya saklanmasını sağlayan kendi içinde kuralları ve sürekliliği olan bir sistemdir. Dil ile düşünür, dil ile anla-

şır, dil ile duygularımızı ifade eder, dil ile kültürümüzü inşa eder ve dil ile yenisinden üretiriz.

Konuşma bireysel, dil ise toplumsal ve kültürel dir. Toplumdaki bireysel ve kültürel değerler, yaşantılar dil aracılığıyla toplumsallaşır, dil aracılığıyla yeni kuşaklara aktarılır. Bu nedenle dil bireyler üstüdür. Bireyler dünyaya geldiklerinde dili hazır bulup öğrenirler. Dil dünyaya bakış açısının belirlenmesinde önemli rol oynar (Zillioğlu, 2003: 122-123). Değişen toplumsal koşullar, gençlerin toplumsallaşma süreçlerinin sağlıklı gerçekleştirilememesi, dilin toplumsal kültürün aktarıcısı olarak kullanılmasını sorunlu hale getirmiştir.

Medya bağımlısı gençler, sosyal medyada ve kendi aralarında iletişim kurarken bir takım kısaltma ve sembollerden yararlanmaktadır (Çakır ve Topçu, 2005: 7).² Bunun yanında kendi aralarında kullandıkları ve Türkçe kurallarına uygun olmayan bir sohbet türü geliştirdikleri bilinmektedir. Örneğin, Cenk Akbıyık, Adnan Karadüz, S. Sadi Seferoğlu'nun yaptığı çalışmaya göre gençler, karşılıklı sohbet şeklinde gerçekleştirdikleri yazışmalarda, "ne bilim, he öle dio, bacaklarının kırlası gelmiş, bu çok feci" benzeri kısa konuşma cümleleri, basit cümle yapıları, seslenmeler, söyleşi üslubundan oluşan kalıp sözler ve söz öbekleri, eksiltili cümleler, durum bağlamına göre anlam kazanan sözcükler kullanılmaktadır (2013: 9)³. Gençlerin bilgisayar ve cep telefonu kullanımıyla edindikleri ikonografi ve farklı sözdağarcığından oluşan bu yeni dilini ebeveynler ve yaşlı kuşak anlamakta zorluk çekmektedir (Binark, 2007: 167). İletişimi engelleyen diğer bir faktör, gençlerin oluşturdukları bu dil engelinden kaynaklanmaktadır. Bu nedenle gençler, günlük yaşamda ve derste uygun sözcükleri bulmakta zorluk çekmekte, düzgün cümle kuramamakta, konuşmalara kalıp cümlelerle medyatik yanıtlar vermekte veya kendi arkadaş çevresinde kullandığı kısaltmaları günlük konuşma diline yanıtmakta ve yazı yazarken farkında olmadan bu dili kullanmaktadır. Dolayısıyla gençler, kendilerini yazılı ve sözlü ifade etmekte sorun yaşamaktadır. Günümüz gençliğinin yarattığı eğlenceli ve çekici dil, giderek, Debord'un belirttiği gibi gerçeği sahte olana dönüştürmektedir (1996: 156). Gençlerin yarattığı bu dil, sıkıntılarına çözüm olmak yerine yeni bir sorun olarak kendilerine geri dönmektedir.

Medya Bağımlısı Gençlerde Yüz Yüze İletişim Kurma Sorunu

Castells'e göre, insan ruhu, beynin boyutlarını, makinelerin ve toplumsal bağlamların arasında yeni bir etkileşimde birleştiriyor. Metin, görüntü ve seslerin seçilebildiği bir zaman (gerçek ya da ertelenmiş) diliminde, açık ve mali bakımdan erişimin sorun olmadığı küresel bir ağda, çok farklı noktalarla etkileşim içinde ve

² Ayrıntılı bilgi için bkz. Çakır, H. ve Topçu, H. "Bir İletişim Dili Olarak İnternet", Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı : 19 Yıl : 2005/2.

³ Ayrıntılı bilgi için bkz. Cenk Akbıyık, Adnan Karadüz, S. Sadi Seferoğlu, "Öğrencilerin İnternet Ortamında Kullandıkları Yazılı Sohbet Dili Üzerine Bir Araştırma", bilig Kış 2013, Sayı 64 .

aynı sistemde bütünleşme potansiyeli olan bir hipertext ve meta dil oluşuyor. Ona göre yakın gelecekte, gerçekliği medyamızın diliyle algılayacağımız bir medya gerçekliği, kültürümüzün ve dilimizin içeriğini oluşturacaktır (2008: 440-441). Dolayısıyla gençler, medya üzerinden kendi kültürel aidiyetlerinden farklı ve kurgusal kültürle kültürlenmeye devam edeceklerinden kendilerine, ailelerine, içinde yaşadıkları topluma ve kültüre giderek daha fazla yabancılaşacaklardır.

Richard Sennett'e göre, elektronik iletişim araçları kamusal yaşama son verilmesini sağlayarak sanal ortamda toplumsal grupların birbirine ait bilgi birikimlerini artırmakta ve aynı zamanda onların yüz yüze iletişim kurmasını gereksiz hale getirmektedir (1996: 353). Marmara Üniversitesi Tıp Fakültesi Psikiyatri Anabilim Dalı Öğretim Üyesi Kemal Sayar' a göre, ailelerinden yeterince ilgi ve sevgi görmeyen gençler, kendilerini yalnız ve güvensiz hissetmeleri nedeniyle bu eksikliği sosyal medyada iletişim kurarak gidermeye çalışmaktadır. Ancak bu sosyalleşme bir aldatmacadır. Gençler giderek medyaya bağımlı hale gelmekte ve yüz yüze iletişim kurmayı unutmaktadır. Bu durum yabancılaşmayı ve yalnızlaşmayı artırarak ruh sağlığını olumsuz etkilemektedir (<http://www.e-psikiyatri.com/antidepresan-yerine-bunu-yapin-45714>). Gençler, medya diliyle konuşmakta ve medya üzerinden sosyalleşerek kendi kültürüne yabancılaşmakta ve yüz yüze iletişim kurmaktan kaçınmaktadır. Dolayısıyla kendi kültürü içinde sosyalleşemeyen gençler, kendi kültürüne yabancılaşmakta ve yalnızlaşmaktadır.

MEDYA BAĞIMLISI GENÇLERDE KÜLTÜREL AİDİYET ve KİMLİK KARMAŞASI

Gençler, medya üzerinden toplumda kendi yerlerini öğrenmek ve içinde yaşadıkları toplumu tanımak istemelerine rağmen, medya, gerçek dünya konusunda bilgi vermek için tasarlanmış bir iletişim sunmamaktadır (Çaplı, 2002: 187). Medya üzerinden sosyalleşen gençler için medya içeriği toplumsal durum ve olayların öğrenildiği bilgi kaynağı haline gelmiştir. Verilen bilgi doğru kabul edildiğinden çoğu zaman sorgulanmadan kabul edilmektedir. Bu da gençlerin medya üzerinden edindiği belirli davranış ve düşünüş kalıpları içinde hareket etmesine neden olmaktadır (Işık, 2007: 97-98). Dolayısıyla gençler kimliklerini ve kültürel aidiyetlerini inşa ederken medya üzerinden doğru toplumsal bilgileri alamamaktadır.

Castells, bireylerin ve toplumsal grupların, içinde buldukları toplumsal yapıya, uzam ve zaman çerçevesinden kaynaklanan koşullarla, kültürel projelere göre kimliklerini yeniden inşa ettiklerini belirterek, kimlik kavramını üç farklı biçim ve kökene ayırarak ele alır. Bunlar; 1. Meşrulaştırıcı kimlik, 2. Direniş kimliği, 3. Proje kimliği. Meşrulaştırıcı kimliğin bir sivil toplum yarattığını ve direniş olarak ortaya çıkan kimliklerin projeler başlatabileceğini ve özneler ürettiğini ileri sürer. Ancak bu özneler bireyler tarafından, bireyler için inşa edilmelerine rağmen, birey değildir (2008: 12-17). Castells'e göre, enformasyon teknolojisi devrimi, maddi temeli enformasyonelizmin doğuşu olan yeni bir toplumun doğuşuna neden olmuştur. Enformasyonelizmin çerçevesi içinde zengin-

liğin üretimi, iktidarın icrası ve kültürel kodların yaratılması, toplumlar ve bireylerin teknolojik kapasitesine bağımlı hale gelmiştir. Bu kapasitenin çekirdeğini enformasyon teknolojisi oluşturur (2007: 486-487). Dolayısıyla medya bağımlısı gençler, kendi toplumsal kimliğinden farklı enformasyon teknolojisi üzerinden edindikleri kültürle kimliklerini yeniden inşa etmektedir. Ancak inşa edilen bu yeni kimlik içinde sorunlar barındırmaktadır.

ÖĞRENCİLERİN MEDYA TÜKETİM ALIŞKANLIKLARIYLA İLGİLİ BULGULAR

Çalışmada, derinlemesine mülakat tekniği ile 18-21 yaş arası üniversite öğrencileri arasından tesadüfi örneklem yöntemi ile seçilen öğrencilerle yapılan yüz yüze görüşmeler sonucunda medya tüketim alışkanlıklarına göre öğrencilerde;

1. Gerçeklik algısında değişiklik,
2. Aile fertleri ile iletişimde azalma,
3. Gerçek ortamda ilişki kurmakta zorluk çekme, sorunları ortaya çıkmakta ve medya tüketim süresi ile bağlantılı oranda artış göstermektedir.

SONUÇ ve DEĞERLENDİRME

İnsanlığın gelişiminden bu yana her yeni buluş insanların ve toplumların yaşamında birçok değişime neden olmuştur. İnsanlık, her yeni buluşla zihinsel değişim ve dönüşüme uğramıştır. Elektronik kültür dönemi ile birlikte özellikle gençler arasında yüz yüze iletişimin yerini teknoloji ile aracılanmış ve kısaca medya olarak tanımlayabileceğimiz yeni iletişim ortamları ve yeni iletişim araçları almıştır.

1980'lerden sonra neo-liberalizmin dayattığı tüketim kültürü ve buna bağlı olarak değişen aile yapısı ve sosyal ilişkiler nedeniyle gençler yalnızlaşmıştır. Bu ortamda yetişen gençler için medya, hem eğlenme, alışveriş yapma, arkadaşlık kurma yoluyla yalnızlığını ve hem de gençlik heyecanını gidermeye çözüm olarak görülmüştür. Ancak bu çözüm yolu onlara yeni sorunlar getirmiştir. Medyaya bağımlılık geliştiren gençler, Manuel Castells'in, 'enformasyonelizmin ruhu' olarak kavramsallaştırdığı, kendi kültürel değerler sisteminden farklı, çok yüzlü ve sanal, 'yaratıcı yıkım kültürü'nün ağına yakalanmıştır.

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre, medya bağımlılığının gençleri, kendi toplumsal kültürüne yabancılaştırdığı, dil, bellek ve yüz yüze iletişimle ilgili günlük yaşamı aksatacak, algısal, duygusal ve davranışsal sorunlara neden olduğu söylenebilir.

Son Not:

Prof. Dr. Necla MORA, İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü.

KAYNAKÇA

- BALDINI, M. (2000). İletişim Tarihi, Gül Batuş (Çev.). İstanbul: Avcıol Basım ve Yayım.
- BAUDRILLARD, J. (2005). Şeytana Satılan Ruh, Oğuz Adanır (Çev.). Ankara: Doğu Batı Yayınları.
- BAUMAN, Z. (2011). Bireyselleşmiş Toplum, 2. Baskı, Yavuz Alogan (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- BİNARK, M. (2007). " TeknoGünlüklerdeki Çoklu Sessiz Yaşamlar", Mutlu Binark (Ed.),Yeni Medya çalışmaları. Ankara: Dipnot Yayınları.
- CASTELLS, M. (2008). Ağ Toplumunun Yükselişi, 1. Cilt, 2. Baskı, Ebru Kılıç (Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CASTELLS, M. (2008). Kimliğin Gücü, 2. Cilt, 2. Baskı, Ebru Kılıç (Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CASTELLS, M. (2007). Binyılın Sonu, 3. Cilt, Ebru Kılıç (Çev.). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- CÜCELOĞLU, D. (1996). İnsan ve Davranışı, 6. baskı, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- ÇAPLI, B. (2002). Medya ve Etik, Ankara: İmge Yayınları.
- DEBORD, G. (1996). Gösteri Toplumu, Ayşen Ekmekçi ve Okşan Taşkent (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- ERDOĞAN, İ., KORKMAZ, A. (2010). Öteki Kuram. Ankara: Erk Yayınları.
- GERAY, H. (2003), İletişim ve Teknoloji. Ankara: Ütopya Yayınları.
- GIROUX, H. A. (2007). Eleştirel Pedagoji ve Neoliberalizm, Barış Baysal (Çev.). İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- GÜNEŞ, S. (2001). Medya ve Kültür, 2. Baskı, Ankara: Vadi Yayınları.
- GÜNEŞ, S. (2006). Enformasyon Toplumu'nun Putları. Ankara: Hece Yayınları.
- GÜZEL, M. (2007). "Küreselleşme Tüketim Kültürü ve internetteki Gençlik Siteleri", Mutlu Binark (Ed.). Yeni Medya çalışmaları, Ankara: Dipnot Yayınları.
- IŞIK, M. (Ed.), (2007). Televizyon ve Çocuk. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.
- MCLUHAN, M., FIORE, Q. (2005). Yaradığımız Medya, Ünsal Oskay (Çev.). İstanbul: Merkez Kitapçılık Yayıncılık.
- ONG, W. J. (1995). Sözlü ve Yazılı Kültür, Sema Postacıoğlu Banon (Çev.). İstanbul: Metis Yayınları.
- SENNETT, R. (1996). Kamusal İnsanın Çöküşü, Serpil Durak ve Abdullah Yılmaz (Çev.). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SÖZEN, E. (1997). Medyatik Hafıza. İstanbul: Timaş Yayınları.
- UĞUR, A. (2002). Kültür Kıtası Atlası. İstanbul: Yapı ve Kredi Yayınları.
- ZILLIOĞLU, M. (2003). İletişim Nedir? 2. Baskı. İstanbul: Cem Yayınevi.

MAKALELER

AKBIYIK, C., KARADÜZ, A., SEFEROĞLU, S., "Öğrencilerin İnternet Ortamında Kullandıkları Yazılı Sohbet Dili Üzerine Bir Araştırma", *bilig* Kış 2013 / Sayı 64.

ÇAKIR H., TOPÇU, H., "Bir İletişim Dili Olarak İnternet", *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* Sayı : 19, Yıl : 2005/2 , ss. 71-96.

SAYAR, K. "Antidepresan yerine bunu yapın", <http://www.e-psikiyatri.com> (29.10.2013).

SÜBAŞI, G. "Üniversite Öğrencilerinde Sosyal Kaygıyı Yordayıcı Bazı Değişkenler", *Eğitim ve Bilim*, Yıl. 2007, Cilt 32, Sayı 144.



DİJİTAL ÇAĞIN ÇOCUKLARI: İLKÖĞRETİM ÖĞRENCİLERİNİN FACEBOOK KULLANIMLARI ve İNTERNET BAĞIMLILIKLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

*Doç. Dr. Süleyman Sadi SEFEROĞLU
Bilim Uzmanı Hatice YILDIZ*

ÖZET

Bu araştırmanın amacı, ortaokul beş ve altıncı sınıf öğrencilerinin farklı değişkenlere göre İnternet'e bağımlılık düzeylerini ve Facebook kullanım durumlarını belirleyerek, Facebook kullanım durumları açısından İnternet'e bağımlılık düzeylerini incelemektir. Çalışmada betimsel tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın çalışma grubunu MEB'e bağlı farklı okullarda okuyan toplam 351 5. ve 6.sınıf öğrencisi oluşturmaktadır. MEB'e bağlı farklı okullardan öğrencilerin oluşturduğu çalışma grubu araştırmacıların erişim olanağı bulduğu okullardan seçilmiştir.

Bu çalışmada dört farklı veri toplama aracı kullanılmıştır. İlk veri toplama aracı katılımcılara ait demografik verileri toplamak için araştırmacılar tarafından geliştirilen "Kişisel Bilgi Formu"dur. Diğer araçlar, katılımcıların BT okuryazarlığını ve teknoloji kullanım durumunu belirlemek için yine araştırmacılar tarafından geliştirilen "BT Okuryazarlık ve Teknoloji Kullanım Anketi", Facebook kullanım durumlarını belirlemek için "Facebook Kullanım Durumu Anketi" ve katılımcıların internet bağımlılık puanlarını belirlemek için Young (1998) tarafından geliştirilen ve Bayraktar (2001) tarafından Türkçeye uyarlanan birçok çalışmada geçerlik ve güvenilirliği test edilen "İnternet Bağımlılık Ölçeği"dir Veri toplama araçları çalışma grubuna çevrim-içi olarak uygulanmıştır. Veriler, tanımlanan .05 anlamlılık düzeyinde, araştırma problemlerine göre, frekans, yüzde, t testi ANOVA istatistiksel tekniklerinden yararlanılarak çözümlenmiştir.

Çalışmada elde edilen bulgular katılımcıların %85,5'inin İnternet bağımlılık ölçeğinden alınan puanlara göre "Bağımlılık Göstermeyenler" grubunda olduğunu göstermektedir. Öte yandan İnternet bağımlılık ölçeğinden alınan puanlar erkeklerde (33.79) kadınlara (17.72) göre daha yüksektir. Yine benzer şekilde Facebook hesabı olanların İnternet bağımlılığı ortalamaları Facebook hesabı olmayanlara göre daha yüksektir. Ayrıca Facebook kullanma sıklığı ile İnternet bağımlılığı puanları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar doğrultusunda tüm okullarda İnternet bağımlılık ölçekleri uygulanarak bağımlılık gösteren öğrencilerin tespit edilmesi ve çözüm olarak rehberlik servislerince işbirliği yapılması önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: BT Okur-Yazarlığı Çocuklar, Çocuk ve Medya, Facebook Kullanımı, İnternet Bağımlılığı.

GİRİŞ

Günümüzde İnternet'in eğitim, alışveriş, eğlence, iş ve iletişim gibi birçok alanda hizmet sunması hayatın ne kadar içinde olduğunun bir göstergesi sayılabilir. İnternet'in yoğun kullanımı özellikle dijital çağda doğup büyüyen çocuklarda bir problem olarak karşımıza çıkmaktadır (Leung & Lee, 2012). İnternet sahipliği ve teknoloji erişimi bulunan çok sayıda çocuk İnternet'i hem uzun süreli hem de bilinçsiz/kontrolsüz bir şekilde kullanmaktadır.

Çocukların İnternet'in yoğun kullanımında Facebook gibi sosyal paylaşım ortamlarının etkisi olduğu söylenebilir. Hatta İnternet bağımlılığı üzerinde etkili olan değişkenlerin incelendiği bazı araştırmalarda İnternet bağımlılığı ile Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinin ve sohbet ortamlarının kullanımının bağlantılı olduğu belirtilmektedir (Huang, 2006; Kittinger, Correia & Irons, 2012; Kuss, Griffiths & Binder, 2013; Leung & Lee, 2012).

İNTERNET BAĞIMLILIĞI

İnternet kullanımı tüm dünyada hızla artmaktadır. Bu artışın kontrol edilmesi özellikle çocuklar için önemlidir. İnternet kullanım süresinin ve sıklığının artması bireyler üzerinde bazı olumsuz etkiler doğurabilir. Sunduğu kolaylıklarla adından söz ettiren İnternet bireyler üzerindeki olumsuz etkilerinden dolayı psikiyatri sözlüklerine "İnternet bağımlılığı" kavramıyla girmiştir (Griffiths, 1999; Young & Suler, 1996).

Türk Dil Kurumu bağımlılığı "Bir şeyin veya bir kimsenin gücü ve etkisi altında bulunma durumu" şeklinde tanımlamaktadır (TDK, 2013). Bağımlılık, "Ciddi duygusal, zihinsel ya da fizyolojik reaksiyonlara neden olan bir maddeye alışkanlık durumu, bir eylemi bırakma ya da uygulama konusunda kişinin kendisini, dürtülerini kontrol edememe durumu" olarak da tanımlanabilir (Byun vd., 2009). Bağımlılık olgusu İnternet kullanımı açısından ise "amaçları ve ihtiyaçlar dışında aşırı ve kontrolsüz maddeye/ilaca bağlı olmayan dürtü kontrol bozukluğu" (Griffiths, 1999; Young, 1998) şeklinde tanımlanabilir. Öte yandan İnternet'te yer alan içeriklerin gerçek zamanlı etkileşim, ses, video, oyun gibi unsurlara sahip olması İnternet'e bağımlı olma durumu üzerinde etkili olabilmektedir (Byun vd., 2009; Griffiths, 1999). Ayrıca, İnternet'in sunduğu olanaklar günlük faaliyetlerin gerçekleştirilmesinde işlevsel bozukluklara neden olabilmektedir (Byun vd., 2009).

İnternet bağımlılığının araştırmacılarca üzerinde ortak bir kanuya varılmış bir tanımı ve kapsamı bulunmamaktadır. Bazı araştırmacılar tarafından patolojik rahatsızlık olarak ele alınan İnternet bağımlılığı (Griffiths, 2006; Morahan-Martin & Schumacher, 2000), bazı araştırmacılar tarafından ise patolojik rahatsızlık olarak

görlmemektedir (Yılmaz, 2010). Bu farklı bakışların bir sonucu olarak bazı araştırmacılar İnternet'in sunduğu hizmetlerin neden olduğu bağımlılığa odaklanırken bazı araştırmacılar durumu klinik bir vaka olarak yorumlamaktadırlar.

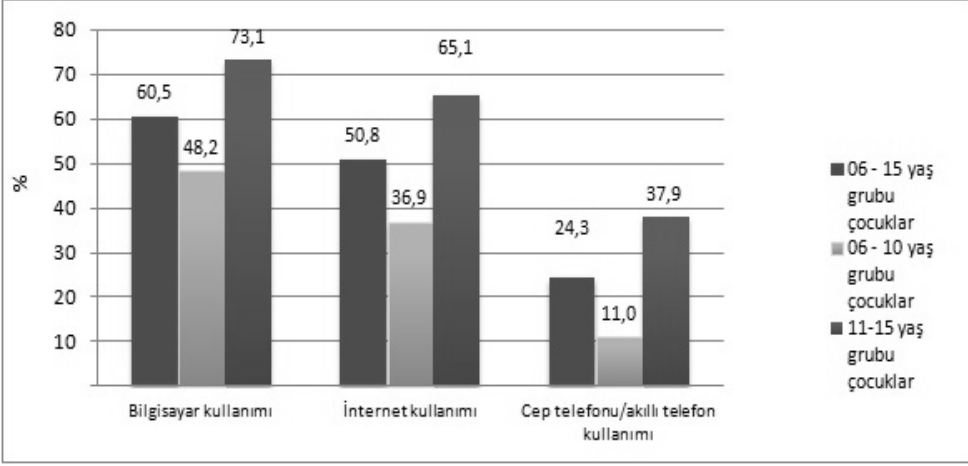
Araştırmacılar tarafından farklı şekillerde tanımlanan İnternet bağımlılığı için alanyazın incelendiğinde “internet bağımlılığı (internet addiction) (Young, 1998); siber bağımlılık (cyberspace addiction), çevrimiçi bağımlılık (online addiction), Net bağımlılığı (Net addiction); yüksek İnternet bağımlılığı (high Internet dependency) (Byun vd, 2009); sosyal ağ bağımlılığı (social networking addiction) (Kuss & Griffiths, 2011); patolojik internet kullanımı (pathological internet use) (Morahan-Martin & Schumacher, 2000); problemlı internet kullanımı (problematic internet use) (Davis, Flett & Besser, 2002; Thatcher & Goolam, 2005) gibi farklı birçok kavramın kullanıldığı görölmektedir. Bu kavramlardan en sık kullanılanı Young tarafından 1996 yılında ortaya atılan “İnternet bağımlılığı” kavramıdır. Bu alışma kapsamında da incelenen durumu anlatmak üzere “İnternet bağımlılığı” kavramı kullanılacaktır.

İnternet bağımlılığının sebepleri farklı değişkenlere bağlanabilir (Young, 1998; Byun vd., 2009; Kuss & Griffiths, 2011). Alanyazında İnternet bağımlılığı ile ilgili yapılan araştırmalarda üstünde durulan en önemli nokta ise “sosyalleşme” isteğidir (Andreassen, Torsheim, Brunborg & Pallesen, 2012; Karaman & Kurtoğlu, 2009). İnsanlar istedikleri kişilerle iletişime geçmek, kendilerini özgürce ifade etmek, eski tanıdıklarıyla sürekli iletişim kurmak gibi gerekçelerle sosyal paylaşım sitelerinde bulunurlar. Sosyal paylaşım sitelerinin kullanım yoğunluğunu, bazı araştırmacılar İnternet bağımlılığının sebebi hatta eş anlamlısı olarak görmekte-dirler (Kuss & Griffiths, 2011; Kuss, Griffiths & Binder, 2013; Leung & Lee, 2012). Öyle ki bazı araştırmacılar tarafından İnternet bağımlılığı kavramı için sosyal ağ bağımlılığı (social networking addiction) kavramı kullanılmıştır (Kuss & Griffiths, 2011; Kuss, Griffiths & Binder, 2013). Buradan yola çıkılarak günümüzde Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinin kullanım yoğunluğu sosyalleşme arzusunun bir sonucu olarak gösterilebilir ve de İnternet bağımlılığıyla ilişkilendirilebilir. Bu yüzden de İnternet bağımlılığı kavramı ele alınırken ocukların İnternet ve Facebook kullanımının gözden geçirilmesinin önemli olduğu düşünölmektedir.

İnternet ve Facebook Kullanımı

İnternet eğlence, eğitsel ve günlük hayatta birçok iş ve işlem için kullanılmaktadır. İnternet kullanım alanı genişledikçe İnternet'in kullanımı da bu duruma paralel olarak artmaktadır. Nisan 2013'te TÜİK (2013) tarafından gerçekleştirilen Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırmasının “06-15 Yaş Grubu ocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı ve Medya, 2013” başlığı altında verilen 2013 yılı bilişim teknolojileri kullanımına ilişkin dağılımlar şekil 1'de sunulmaktadır.

Şekil 1. 06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanım Oranları Dağılımı



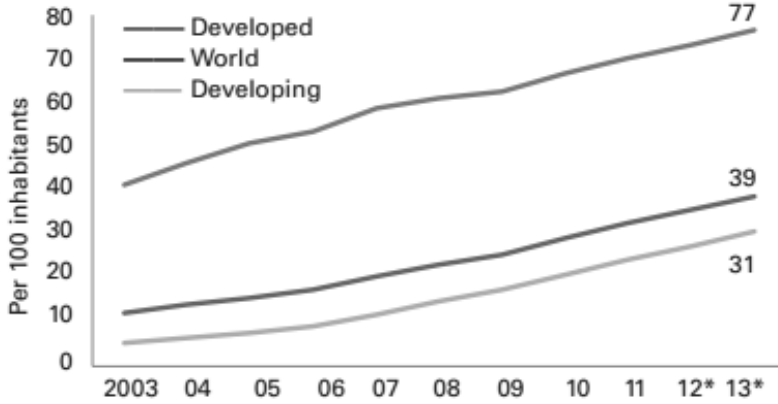
Kaynak: Türkiye İstatistik Kurumu (2013). Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanımı araştırması (06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı ve Medya, 2013).

Şekil 1 incelendiğinde, 06-15 yaş grubundaki çocukların 2013 yılı bilgisayar ve İnternet kullanım oranlarının cep telefonu kullanım oranlarından yüksek olduğu görülmektedir. Öte yandan 06-15 yaş grubu çocuklarda bilgisayar ve İnternet kullanım oranları sırasıyla % 60,5 ve % 50,8 iken bu oranların 11-15 yaş grubu çocuklarda daha yüksek olduğu görülmektedir. Ayrıca 06-10 yaş grubu çocuklarda bilgisayar ve İnternet kullanım oranlarının % 48,2 ve % 36,9 oranında olması dikkat çekicidir. TÜİK (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmanın verilerine göre 06-15 yaş grubundaki çocukların bilgisayar ve İnternet ile tanışma yaşı sırasıyla 8 ve 9'dur. 06-10 yaş grubunda bilgisayar ve İnternet kullanmaya başlama yaşı 6'ya düşmektedir. Yine 06-15 yaş grubundaki çocukların İnternet'i % 53,5 oranı ile sosyal medya ağlarına katılım ve takip için kullandıkları anlaşılmaktadır. 30 Haziran 2012 tarihi itibarıyla 36,455,000 İnternet kullanıcıya sahip Türkiye'de 30 Aralık 2012 tarihi itibarıyla 32,131,260 facebook kullanıcı bulunmaktadır (Internet World Stats, 2012). Bu verilerden hareketle 75,627,384 nüfusa sahip Türkiye'de (TÜİK, 2012) Facebook kullanıcı sayısının İnternet kullanıcıları içinde çok önemli bir yer tuttuğu söylenebilir.

Şekil 2'de sunulan verilere göre gelişmiş ülkeler İnternet kullanımında % 77 oranıyla gelişmekte olan ülkelerin ve dünya ortalamasının önündedir. Dünyada yaklaşık 2.7 milyarın üstünde insan İnternet kullanmaktadır (ITU, 2013). İnternet

World Stats verilerine göre 31 Aralık 2012 tarihi itibariyle dünya genelinde 975,943,960 kişinin facebook kullandığı görülmektedir (Internet World Stats, 2012). Bu sayılar dünya genelinde İnternet kullanıcılarının yaklaşık % 30'unun facebook kullanıcısı olduğuna işaret etmektedir.

şekil 2. Gelişmişlik Durumuna Göre İnternet Kullanım Oranları, 2003-2013



Kaynak: ITU (2013). The World in 2013- ICT Facts and Figures.

ocuklukların İnternet'te karşılaşabileceği bazı tehditler ve İnternet kullanımının çocuklar üzerinde bazı olumsuz etkileri bulunmaktadır. İnternet'te karşılaşılan şiddet, gerilim, korku ve müstehcenlik içeren siteler çocukları psikolojik olarak etkileyebilmektedir. Bu durum onların gelişimleriyle ilgili olumsuz sonuçlar doğurabilir (elen, elik & Seferoğlu, 2011). Facebook gibi yüksek oranlarda kullanılan sosyal paylaşım siteleri de ocukların İnternet'te karşılaşabilecekleri tehlikelere açık ortamlardır. Bu çalışmada facebook kullanımı ve İnternet bağımlılığı değişkenlerini irdelenerek facebook kullanımının İnternet bağımlılığıyla ilişkisine dikkat çekilmiştir.

ARAşTIRMANIN AMACI

Bu araştırmanın amacı, ortaokul beş ve altıncı sınıf ğrencilerinin farklı değişkenlere göre İnternet'e bağımlılık düzeylerini ve Facebook kullanım durumlarını belirleyerek, cinsiyet, İnternet'e erişim ve Facebook kullanım durumları açısından İnternet'e bağımlılık düzeylerini incelemektir. Bu amaç doğrultusunda aşağdaki sorulara yanıt aranmıştır.

1- Ortaokul 5. ve 6. sınıf ğrencilerinin İnternet'e bağımlılık düzeyleri nedir?

2- Ortaokul 5. ve 6. sınıf ğrencilerinin facebook kullanma durumları nedir?

3- Ortaokul 5. ve 6. sınıf öğrencilerinin İnternet bağımlılık ölçeğinden aldıkları puanlar

3.1. cinsiyet,

3.2. İnternet'e erişim durumu,

3.3. Facebook kullanım durumu,

3.4. Facebook kullanım sıklığı değişkenlerine göre farklılaşmakta mıdır?

YÖNTEM

Bu çalışmada betimsel (tarama) yöntemi kullanılmıştır. Çalışmada 2013 yılı Ekim-Kasım aylarında araştırmacıların seçtiği farklı illerde (Ankara, Eskişehir, Diyarbakır, Van ve Trabzon) ve okullarda öğrenim gören 351 öğrenci ile yüz yüze ve çevrim-içi ortamlarda uygulama yapılmıştır. Çalışma grubu, araştırmacının erişebildiği illerdeki okullardan seçilmiştir. Çalışmada kullanılan tarama modelleri, araştırmaya konu olan (var olan) bir durumu araştırma değiştirme ve etkileme çabasına girmeden var olduğu şekliyle ele alır. Bu modeller, var olan durumu kendi koşulları içinde ve olduğu gibi tanımlanmaya ve betimlemeye çalışan araştırma yaklaşımlarıdır (Büyüköztürk, 2009; Fraenkel & Wallen, 2006).

Çalışma Grubu ve Özellikleri

Bu araştırmanın çalışma grubunu 2013-2014 öğretim yılında MEB'e bağlı okulların 5. ve 6. sınıflarında okuyan toplam 351 ortaokul öğrencisi oluşturmaktadır. Bu çalışma grubundaki öğrenciler araştırmacıların erişim olanağı bulduğu okullardan seçilmiştir. Çalışma grubuna ait demografik verilerin dağılımı Tablo 1'de verilmiştir.

Tablo 1'deki verilere göre katılımcıların cinsiyete göre dağılımı kadın ve erkeklerde sırasıyla % 48,1 ve % 51,9'dur. Katılımcıların anne ve baba eğitim durumlarına bakıldığında okuma-yazma bilmeyenlerin oranlarının erkeklerde kadınlara oranla daha düşük olduğu görülmektedir. Orta düzeyde gelire sahip olduğunu belirten katılımcıların kardeş sayısına bakıldığında 1-2 kardeş (% 70.7) sayısı en yüksek orandadır.

Tablo 1. Katılımcılara Ait Demografik Verilerin Dağılımı (N=351)

| Değişkenler | Seçenekler | f | % |
|---------------------------|------------------------|-----|------|
| Cinsiyet | Kadın | 169 | 48.1 |
| | Erkek | 182 | 51.9 |
| Eğitim Durumu | 5. Sınıf | 161 | 45.9 |
| | 6. Sınıf | 190 | 54.1 |
| Anne Eğitim Durumu | Okuma yazma yok | 7 | 2 |
| | İlköğretim 1. Kademe | 58 | 16.5 |
| | İlköğretim 2. Kademe | 113 | 32.2 |
| | Ortaöğretim | 125 | 35.6 |
| | Lisans | 37 | 10.6 |
| | Lisansüstü | 11 | 3.1 |
| Baba Eğitim Durumu | Okuma yazma yok | 4 | 1.1 |
| | İlköğretim 1. Kademe | 32 | 9.1 |
| | İlköğretim 2. Kademe | 79 | 22.5 |
| | Ortaöğretim | 147 | 41.9 |
| | Lisans | 78 | 22.3 |
| | Lisansüstü | 11 | 3.1 |
| Kardeş Sayısı | Kardeşim Yok | 26 | 7.4 |
| | 1-2 Kardeş | 248 | 70.7 |
| | 3 ve daha fazla kardeş | 77 | 21.9 |
| Aylık Gelir | Düşük | 10 | 2.8 |
| | Orta | 294 | 83.8 |
| | Yüksek | 47 | 13.4 |

Çalışmaya katılan öğrencilerin bilgisayar sahipliği ve İnternet'e erişim oranı sırasıyla % 90.6 ve % 73.5'tir. Bilgisayar sahipliği olmayanların (% 9.4) oranı İnternet erişimi bulunmayanların (% 26.5) oranına göre düşüktür. Bilgisayar ve İnternet'i kullanmıyorum diyenlerin oranları sırasıyla % 5.1 ve % 11.1'dir. Bilgisayar ve İnternet'i kullananların süresiyle ilgili oranlara göre katılımcılar bilgisayarı en yüksek oranla (% 45.6) 4-6 yıldan beri, İnternet'i (% 37.3) ise 1-3 yıldan beri kullanmaktadırlar. İnternet'i günlük ortalama kullanma sürelerine ilişkin verilere göre 1-3 saat diyenlerin oranı (% 88.3) en yüksektir. Verilere göre ayrıca katılımcılar bilgisayar ve İnternet kullanım düzeylerini orta düzey olarak tanımlamaktadırlar (Bkz. Tablo 2).

Tablo 2. Katılımcıların Bilgisayar ve İnternet Kullanma Durumuna İlişkin Değerlerin Dağılımı

| Değişkenler | Seçenekler | f | % |
|--|-----------------|-----|------|
| Bilgisayar Sahipliği | Evet | 318 | 90.6 |
| | Hayır | 33 | 9.4 |
| İnternet bağlantısı | Var | 258 | 73.5 |
| | Yok | 93 | 26.5 |
| Kaç yıldır bilgisayar kullanıyorsunuz? | Kullanmıyorum | 18 | 5.1 |
| | 1-3 Yıl | 106 | 30.2 |
| | 4-6 Yıl | 160 | 45.6 |
| | 7-9 Yıl | 67 | 19.1 |
| Bilgisayar kullanım düzeyi | Başlangıç | 52 | 14.8 |
| | Orta düzey | 202 | 57.5 |
| | İleri düzey | 97 | 27.6 |
| Kaç yıldır İnternet kullanıyorsunuz? | Kullanmıyorum | 39 | 11.1 |
| | 1-3 Yıl | 131 | 37.3 |
| | 4-6 Yıl | 130 | 37.0 |
| | 7-9 Yıl | 51 | 14.5 |
| İnternet'i günlük ortalama kullanma süreniz | 1-3 Saat | 310 | 88.3 |
| | 4-6 Saat | 33 | 1.4 |
| | 7-9 Saat | 3 | 9.4 |
| | 10 ve üstü saat | 5 | 0.9 |
| İnternet'i kullanım düzeyi | Başlangıç | 50 | 14.2 |
| | Orta düzey | 203 | 57.8 |
| | İleri düzey | 98 | 27.9 |

Veri Toplama Araçları

Bu çalışmada dört farklı veri toplama aracı kullanılmıştır. İlk veri toplama aracı “Kişisel Bilgi Formu”dur. Diğer araçlar, “BT Okuryazarlık ve Teknoloji Kullanım Anketi”, “Facebook Kullanım Durumu Anketi” ve “İnternet Bağımlılık leği”dir.

Bu çalışmada çevrim-içi olarak uygulanan ilk veri toplama aracı katılımcılara ait demografik verileri toplamak için araştırmacılar tarafından geliştirilen “Kişisel Bilgi Formu”dur. Bu form aracılığıyla katılımcıların, cinsiyet, sınıf, anne-baba eğitim durumu, aylık gelir gibi değişkenlerle ilgili bilgi toplanması amaçlanmıştır. Bu formda toplam 10 madde bulunmaktadır.

Araştırmada kullanılan ikinci veri toplama aracı, katılımcıların BT okuryazarlık dzeyelerini ve teknoloji kullanım durumunu belirlemek için yine araştırmacılar tarafından geliştirilen “BT Okuryazarlık ve Teknoloji Kullanım Anketi”dir. Bu bölümde bilgisayar ve İnternet’e erişim durumu, İnternet’i kullanım süresi, İnternet kullanım sıklığı, İnternet kullanım amaçları ve BT okuryazarlık düzeyi ile ilgili 13 madde yer almıştır. Çalışmanın nc veri toplama aracı, katılımcıların Facebook kullanım durumlarını belirlemek için 10 sorudan oluşan “Facebook Kullanım Durumu Anketi”dir.

Çalışmanın dördüncü veri toplama aracı ise, katılımcıların internet bağımlılık puanlarını belirlemek için Young (1998) tarafından geliştirilen ve Bayraktar (2001) tarafından Türkçeye uyarlanan, birçok çalışmada geçerlik ve güvenirliği test edilen “İnternet Bağımlılık leği”dir. 20 maddeden oluşan ve altılı likert derecelendirmenin kullanıldığı bu ölçekte katılımcıların durumlarını belirlemek için “0-Hiçbir zaman, 1-Nadiren, 2-Ara sıra, 3-çoğunlukla, 4-çok sık, 5-Her zaman” seçenekleri sunulmuştur. Toplam 100 puan üzerinden değerlendirilen bu ölçekte belirlenen aralıklar, İnternet bağımlılık düzeyleri “hafif (20-49 puan), orta (50-79 puan) ve ağır düzey (80-100)” şeklinde etiketlenirilmifitir. Ancak Young (1998) alışmalarında 0-49 puan alanları “bağımlılık göstermeyenler”, 50-79 puan arasında alanları “sınırlı bağımlı” ve 80-100 puan arasında alanları ise “hastalıklı internet kullanıcısı” şeklinde etiketlenirmiştir. Yapılan çalışmalarda bu ölçeğin geçerlik ve güvenirliği ile ilgili farklı içtutarlılık katsayıları hesaplanmıştır (Bayraktar, 2001; Döner, 2011). Bu alışma için hesaplanan Cronbach’ alpha güvenilirlik katsayısı .954’tür.

Verilerin zmlenmesi

Veriler, tanımlanan .05 anlamlılık düzeyinde, araştırma problemlerine göre, frekans, yüzde, t testi ANOVA istatistiksel tekniklerinden yararlanılarak zmlenmiştir. Söz konusu istatistiksel analizlerin yapılması için gerekli varsayımlar sağlanmıştır. Analizlerde SPSS 18.0 programı kullanılmıştır.

BULGULAR ve YORUMLAR

Bulgular, araştırma sorularına yanıt oluşturacak şekilde sırayla sunulmuştur.

Ortaokul 5. ve 6. Sınıf Öğrencilerinin İnternet'e Bağımlılık Düzeyleri

Bu araştırma çalışmasının ilk sorusu "Ortaokul beşinci ve altıncı sınıf öğrencilerinin İnternet'e bağımlılık düzeyleri nedir?" şeklinde belirlenmiştir. Öğrencilerin İnternet'e bağımlılık düzeylerini belirlemek için uygulanan "İnternet Bağımlılık Ölçeği"nden elde edilen puanların dağılımları Tablo 3'te sunulmuştur.

Tablo 3. Katılımcıların İnternet Bağımlılık Ölçeğinden Aldığı Puanlara Ait Değerlerin Dağılımı

| Puan aralığı | n | % | Minimu Maksimu | | \bar{X} | Ss |
|--|-----|------|----------------|--------|-----------|------|
| | | | m | m | | |
| Bağımlılık Göstermeyenler (0-49) | 300 | 85.5 | | | | |
| Sınırlı Bağımlı (50-79) | 34 | 9.7 | 0.00 | 100.00 | 26.05 | 23.7 |
| Hastalıklı İnternet Kullanıcısı (80-100) | 17 | 4.8 | | | | 9 |

Tablo 3'teki verilere göre araştırmaya katılan toplam 351 öğrencinin "İnternet Bağımlılık Ölçeği"nden aldığı en düşük puan 0, en yüksek puan ise 100'dür. Ölçekten alınan toplam puanların ortalaması 26.05, standart sapmanın 23.79 olduğu görülmektedir. "İnternet Bağımlılık Ölçeği"nden alınabilecek 0-100 arasındaki puanlar, Young'ın (1998) çalışmaları referans alınarak 0-49 puan alanları "bağımlılık göstermeyenler", 50-79 puan arasında alanları "sınırlı bağımlı" ve 80-100 puan arasında alanları ise "hastalıklı internet kullanıcısı" şeklinde tanımlanmıştır. Buna göre katılımcıların % 85.5'inin (n=300) "Bağımlılık Göstermeyenler" grubunda olduğu görülmektedir. Dikkat çeken ve üzerinde durulması gereken nokta ise "Sınırlı Bağımlı" % 9.7'lik ve "hastalıklı internet kullanıcısı" % 4.8'lik bir kitlenin varlığının saptanmasıdır.

Ortaokul 5. ve 6. Sınıf Öğrencilerinin Facebook Kullanma Durumları

Araştırmanın ikinci sorusu "Ortaokul beşinci ve altıncı sınıf öğrencilerinin Facebook kullanma durumları nedir?" şeklinde belirlenmiştir. Öğrencilerin Facebook kullanım durumlarına ait dağılımlar Tablo 4'te sunulmuştur.

Tablo 4. Öğrencilerin Facebook Kullanım Durumlarına Ait Değerlerin Dağılımı

| Seçenekler | Kullanım Düzeyi | f | % |
|---|-----------------------|-----|------|
| 1-Facebook hesabınız var mı? | Evet | 260 | 74.4 |
| | Hayır | 90 | 25.6 |
| 2- Facebook'a bağlanma sıklığınız nedir? | Kullanmıyorum | 90 | 25.7 |
| | Gün boyunca (sürekli) | 19 | 5.4 |
| | Günde birkaç kez | 164 | 46.7 |
| | Haftada birkaç kez | 60 | 17.1 |
| | Ayda birkaç kez | 18 | 5.1 |
| 3- Facebook dışında hangi sosyal paylaşım ortamlarını kullanıyorsunuz? | Kullanmıyorum | 255 | 72.5 |
| | Twitter | 83 | 23.7 |
| | Frendfeed | 5 | 1.5 |
| | Diğer (instagram vb.) | 8 | 2.3 |

Tablo 4'e bakıldığında katılımcıların % 74.4'ünün Facebook hesabının olduğu, anlaşılmaktadır. Facebook kullanma sıklılıklarına bakıldığında katılımcıların en yüksek oranla (% 46.7) günde birkaç kez Facebook'a bağlandığı görülmektedir. Katılımcıların yaklaşık yarısının her gün Facebook kullanıyor olması ise üzerinde durulması gereken bir konudur. Verilere göre katılımcılar ayrıca Facebook dışında en çok (% 23.7) Twitter'i kullanmaktadır.

Ortaokul 5. ve 6. Sınıf Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Ölçeğinden Aldıkları Puanların "Cinsiyet, İnternet'e Erişim Durumu, Facebook Kullanımı ve Facebook Kullanım Sıklığı" Değişkenlerine Göre Farklılaşma Durumu

Araştırmanın üçüncü sorusu "Ortaokul beşinci ve altıncı sınıf öğrencilerinin İnternet bağımlılık ölçeğinden aldıkları puanlar "cinsiyet, İnternet'e erişim durumu, Facebook kullanım durumu ve Facebook kullanım sıklığı" değişkenlerine göre farklılaşmakta mıdır?" şeklinde belirlenmiştir. Bu değişkenlerle ilgili olarak yapılan analizlerin sonuçları aşağıda sunulmaktadır.

Ortaokul 5. ve 6. Sınıf Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Ölçeğinden Aldıkları Puanların "Cinsiyet" Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

Öğrencilerin cinsiyet değişkenine göre bağımlılık ölçeğinden aldıkları puanların farklılaşıp farklılaşmadığına ait dağılımlar Tablo 5'te sunulmuştur.

Tablo 5. Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre İnternet Bağımlılık Düzeylerine Ait t Testi Sonuçları

| Cinsiyet | n | \bar{X} | Ss | Sd | t | p |
|----------|-----|-----------|-------|-----|--------|------|
| Kadın | 169 | 17.72 | 17.4 | 349 | -6.710 | .000 |
| Erkek | 182 | 33.79 | 26.22 | | | |

Tablo 5'teki İnternet bağımlılık ölçeğinden alınan puan dağılımlarına göre erkeklerin puan ortalamaları (33.79), kadınlarınkine (17.72) göre daha yüksektir. Bu ortalamalar "Bağımlılık Göstermeyenler" grubunda değerlendirilebilir. Cinsiyete göre İnternet bağımlılığı puanlarının karşılaştırılması sonucunda anlamlı bir farklılık bulunmuştur ($p \leq 0.05$). Bu bulgular daha önce yapılan çalışmalarda elde edilen bulgularla örtüşür niteliktedir (Bilge, 2012; Döner, 2011; Sırakaya, 2011). Kadınların İnternet bağımlılığına erkeklerden daha az eğimli olmasının nedeni olarak; kadınların çevrim-içi sosyal etkileşimlerinde erkeklere göre daha güvenilir stratejiler belirleyerek, bu stratejileri sürekli ve başarılı bir şekilde kullanıyor olmaları gösterilebilir (Chittaro & Vianello, 2013; Larsen, 2000).

Ortaokul 5. ve 6. Sınıf Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Ölçeğinden Aldıkları Puanların "İnternet'e Erişim Durumu" Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

Öğrencilerin İnternet'e erişim durumu değişkenine göre bağımlılık ölçeğinden aldıkları puanların farklılaşp farklılaşmadığına ait dağılımlar Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Öğrencilerin İnternet'e Erişim Durumuna Göre İnternet Bağımlılık Düzeylerine Ait t Testi Sonuçları

| İnternet'e Erişim | n | \bar{X} | Ss | Sd | t | p |
|-------------------|-----|-----------|-------|-----|------|------|
| Evet | 258 | 26.47 | 23.77 | 349 | .552 | .581 |
| Hayır | 93 | 24.88 | 23.95 | | | |

Tablo 6'ya göre İnternet'e erişimi olan öğrencilerin İnternet bağımlılık ölçeğinden aldığı puan ortalamaları 26.47, İnternet'e erişimi olmayanlarınki ise 24.88'dir. İnternet'e erişimi olanların İnternet bağımlılığı ortalamaları İnternet erişimi olmayanlara göre daha yüksektir ve bu ortalamalar "bağımlılık göstermeyenler" grubunda değerlendirilebilir. Yapılan analizlerde İnternet erişimi ile İnternet bağımlı-

lılığı puanları arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı ($p>0,05$) anlaşılmaktadır. İnternet bağımlılığıyla ilişkili değişkenlerin tespit edilmesi ile ilgili araştırmalarda İnternet’e erişim durumunun yanı sıra “İnternet’te harcanan zaman” üzerinde durulmaktadır (Chou, Condrón & Belland, 2005).

Ortaokul 5. ve 6. Sınıf Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Ölçeğinden Aldıkları Puanların “Facebook Kullanımı” Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

Öğrencilerin Facebook kullanım durumu değişkenine göre bağımlılık ölçeğinden aldıkları puanların farklılaşıp farklılaşmadığına ait dağılımlar Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Öğrencilerin Facebook Kullanım Durumuna Göre İnternet Bağımlılık Düzeylerine Ait t Testi Sonuçları

| Facebook Kullanım | n | \bar{X} | Ss | sd | t | p |
|-------------------|-----|-----------|-------|-----|-------|------|
| Evet | 261 | 29.2 | 24.39 | 349 | 4.326 | .000 |
| Hayır | 90 | 16.9 | 19.38 | | | |

Tablo 7’deki verilere göre Facebook hesabı olan öğrencilerin İnternet bağımlılık ölçeğinden aldığı puanların ortalaması 29.2, Facebook hesabı olmayanların ortalaması ise 16.9’dur. Facebook hesabı olanların İnternet bağımlılığı ortalamaları Facebook hesabı olmayanlarınkine göre daha yüksektir. Bu ortalamalar “bağımlılık göstermeyenler” grubunda değerlendirilebilir. Yapılan analizlerde Facebook kullanımı ile İnternet bağımlılığı puanları arasında anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı ($p\leq 0,05$) görülmektedir. Bu bulgudan hareketle İnternet bağımlılığına neden olan değişkenler arasında sosyal medya kullanımı sayılabilir (Chittaro & Vianello, 2013; Leung & Lee, 2012). Bu durumda sosyal medyanın bu olumsuz etkisini en aza indirebilecek çözümler üzerinde durulması gerektiği ileri sürülebilir (Griffiths & Binder, 2013).

Ortaokul 5. ve 6. Sınıf Öğrencilerinin İnternet Bağımlılık Ölçeğinden Aldıkları Puanların “Facebook Kullanım Sıklığı” Değişkenine Göre Farklılaşma Durumu

Öğrencilerin Facebook kullanım sıklığı değişkenine göre bağımlılık ölçeğinden aldıkları puanların farklılaşıp farklılaşmadığına ait dağılımlar Tablo 8 ve Tablo 9’da sunulmuştur.

Tablo 8. Öğrencilerin Facebook Kullanım Sıklığına Göre İnternet Bağımlılık Düzeylerine Ait Değerlerin Dağılımı

| Facebook Kullanım Sıklığı | n | \bar{X} | Ss |
|---------------------------|-----|-----------|-------|
| 1- Kullanmıyorum | 90 | 17.16 | 20.62 |
| 2- Gün boyunca (sürekli) | 19 | 52.26 | 20.94 |
| 3- Günde birkaç kez | 164 | 29.13 | 24.16 |
| 4- Haftada birkaç kez | 60 | 21.90 | 19.78 |
| 5- Ayda birkaç kez | 18 | 28.67 | 25.79 |

Tablo 8'deki verilere göre katılımcı öğrencilerden gün boyunca (sürekli) Facebook kullananların İnternet bağımlılığı puan ortalaması 52.26 ile en yüksek orandadır. En düşük İnternet bağımlılığı puan ortalamasına (17.16) sahip olan grup ise Facebook kullanmıyorum seçeneğini seçen öğrencilerdir.

Tek yönlü varyans analizi yapılmadan önce bu analize ilişkin varsayımlar incelenmiştir. Yapılan analizlerle verilerin normal dağılım gösterdiği ve varyansların eşit olduğu bulunmuştur. Varyansların eşitliğiyle ilgili bulgular ve tek yönlü varyans analizi sonuçları Tablo 9'da sunulmuştur.

Yapılan analizler sonucunda öğrencilerin Facebook kullanma sıklığı ile İnternet bağımlılığı puanları arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiştir ($F=11.295$, $p \leq 0.05$). Bu bulgu İnternet bağımlılığı üzerinde etkili olan değişkenlerin araştırıldığı bazı araştırmalarda İnternet bağımlılığı ile Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinin kullanımının bağlantılı olduğu yönündeki bulgularla paralellik göstermektedir (Huang, 2006; Kittinger, Correia & Irons, 2012; Kuss, Griffiths & Binder, 2013; Leung & Lee, 2012). Buradan yola çıkarak öğrencilerde İnternet bağımlılığı problemlerinin görülmesinde Facebook gibi sosyal paylaşım sitelerinin yoğun ve kontrolsüz kullanımının önemli bir rolü olduğu söylenebilir.

Tablo 9. Öğrencilerin Facebook Kullanım Sıklığına Göre İnternet Bağımlılık Düzeylerine Ait Tek Yönlü Varyans Analizi Sonuçları

| Levene testi | | Varyans Kaynağı | Kareler Toplamı | Kareler Ort. | sd | F | p | Anlamlı Fark (Scheffe) | |
|--------------------|------|-----------------|-----------------|--------------|-----|--------|------|------------------------|-----|
| Levene İstatistiği | P | | | | | | | 1*2-3 | 4*2 |
| 1.959 | .100 | Gruplar arası | 22885.8 | 5721.47 | 4 | 11.295 | .000 | | |
| | | Grup İçi | 175273.2 | 506.57 | 346 | | | 2*1-3-4-5 | 5*2 |
| | | Toplam | 198159.0 | | 350 | | | 3*1-2 | |

SONUÇLAR ve ÖNERİLER

Sonuçlar

Araştırma bulgularından hareketle ulaşılan ilk sonuç İnternet bağımlılık ölçeğinden alınan puanlara göre öğrencilerin “Bağımlılık Göstermeyenler” grubunda olduklarıdır. Yine bu ölçekten alınan puanlardan hareketle sunulabilecek diğer sonuç, erkekler öğrencilerin İnternet bağımlılık puanlarının, kadınlarınkine göre daha yüksek olduğudur. Öte yandan İnternet’e erişimi olanların İnternet bağımlılığı puan ortalamaları İnternet erişimi olmayanlarınkine göre daha yüksektir. Facebook kullanımı ile İnternet bağımlılığı puanlarındaki farklılaşmalarına bakıldığında ise; Facebook hesabı olanların İnternet bağımlılığı ortalamalarının Facebook hesabı olmayanlarınkine göre daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayrıca Facebook’u gün boyunca (sürekli) kullanan öğrencilerde İnternet bağımlılığı puanları ortalamalarının diğerlerine göre daha yüksek olduğu, Facebook kullanmayanlarda ise en düşük olduğu sonucuna ulaşılmaktadır.

Katılımcıların önemli bir kısmının Facebook hesabı bulunmaktadır. Ayrıca katılımcılar Facebook’u aktif şekilde (günde birkaç kez) kullanmaktadırlar. Öte yandan katılımcıların Facebook dışında en çok tercih ettikleri sosyal medya Twitter’dir.

Yapılan analizlere göre, İnternet bağımlılık ölçeğinden alınan puanlar ile cinsiyet, Facebook kullanım durumu ve Facebook kullanma sıklığı arasında anlamlı farklılık bulunmakta; İnternet bağımlılık ölçeğinden alınan puanlar ile İnternet’e erişimi durumu arasında ise anlamlı farklılık bulunmamaktadır.

Öneriler

İnternet bağımlılığı puanlarına bakıldığında erkeklerin kadınlara göre İnternet bağımlılığına daha eğilimli olduğu görülmektedir. Özellikle erkek öğrencilerin bu şekilde bir eğilim göstermesinde erkek öğrencilerce çok rağbet edilen çevrim-içi

oyunların etkili olup olmadığının veya etki büyüklüğünün araştırılması önerilebilir.

Çalışmayla ilgili verilerden Facebook kullanımı sıklığının artmasıyla İnternet bağımlılığı puanlarının yükseldiği görülmektedir. Ebeveynler Facebook gibi sosyal medya araçlarının kullanımı konusunda çocuklara destek olmalarının sağlanması amacıyla bilgilendirilebilir. Bu bağlamda ayrıca aşırı Facebook vb. medyaların kullanılmasıyla karşılaşılabilecek sorunlar konusunda ailelerde, öğretmenlerde ve ilgili diğer paydaşlarda farkındalık yaratmak için bilinçlendirme çalışmaları kapsamında kamu spotları hazırlanarak daha geniş kitlelere ulaşılabilir.

İnternet bağımlılık puanına göre yapılan gruplamada katılımcıların bir kısmının “Sınırlı Bağımlı” ve “Hastalıklı İnternet Kullanıcısı” olduğu saptanmıştır. Bu bulgudan hareketle İnternet bağımlılık ölçeklerinin daha geniş kapsamlı uygulanmasıyla bağımlılık düzeyi yüksek olan öğrenciler tespit edilebilir. Bu soruna çözüm olarak da rehberlik servisleriyle işbirliği yapılması önerilebilir.

Son Not:

Doç. Dr. Süleyman Sadi SEFEROĞLU, Hacettepe Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi, Beytepe, Ankara.

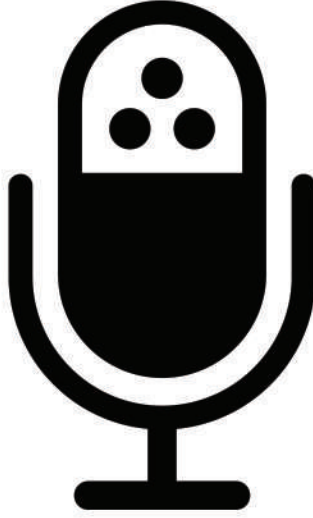
Hatice YILDIZ, Bilim Uzmanı, Gazi, Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi, Teknikokullar, Ankara.

KAYNAKÇA

- ANDREASSEN, C. S., TORSHEIM, T., BRUNBORG, G. S., PALLESEN, S. (2012). Development of a facebook addiction scale 1, 2. *Psychological reports*, 110(2), 501-517.
- BAYRAKTAR, F. (2001). *İnternet kullanımının ergen gelişimindeki rolü*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. İzmir: Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BİLGE, F. (2012). Bir grup ilköğretim öğrencisinde bilgisayara yönelik bağımlılık eğilimi değerlendirilmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 43, 96-105.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2009). *Veri analizi el kitabı*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.
- BYUN, S., RUFFINI, C., MILLS, J. E., DOUGLAS, A. C., NIANG, M., STEPCHENKOVA, S., LEE, S. K., LOUFTI, J., LEE, J. K., ATALLAH, M., BLANTON, M. (2009). Internet addiction: Metasynthesis of 1996-2006 quantitative research. *Cyberpsychology & Behavior*, 12(2), 203-207.
- CHITTARO L., VIANELLO, A. (2013). Time perspective as a predictor of problematic Internet use: A study of Facebook users. *Personality and Individual Differences*, 55(8), 989-993.
- CHOU, C., CONDRON, L., BELLAND, J. C. (2005). A review of the research on Internet addiction. *Educational Psychology Review*, 17(4). 363-388.
- ÇELEN, F. K., ÇELİK, A., SEFEROĞLU, S. S. (2011). *Çocukların İnternet kullanımları ve onları bekleyen çevrim-içi riskler*. XIII. Akademik Bilişim Konferansı (AB11), 2-4 Şubat 2011. Malatya: İnönü Üniversitesi.
- DAVIS, R., A., FLETT, G., L., BESER, A. (2002). Validation of a new scale for measuring problematic internet use: Implications for pre-employment screening. *CyberPsychology & Behavior*, 5, 331-346.
- DÖNER, C. (2011). *İlköğretim öğrencilerinde internet bağımlılığının farklı değişkenlere göre incelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi. Ankara: Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- FRAENKEL, J., R., WALLEN, N. E. (2006). *How to design and evaluate research in education*. (6th Edition). New York: McGraw-Hill Book Company.
- GRIFFITHS, M. (1999). Internet addiction: Fact or fiction? *The Psychologist*, 12(5), 246-250.
- HUANG, Y. R. (2006). Identity and intimacy crises and their relationship to Internet dependence among college students. *CyberPsychology & Behavior*, 9(5), 571-576.
- International Telecommunication Union (ITU). (2013). *The world in 2013- ICT facts and figures..* [Çevrim-içi: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2013.pdf>], Erişim tarihi: 11.10.2013.
- Internet World Stats (2012). *Facebook users in the world*. [Çevrim-içi: <http://www.internetworldstats.com/facebook.htm>], Erişim tarihi: 12.10.2013.
- KARAMAN, K. M., KURTOĞLU, M. (2009). *Öğretmen adaylarının internet bağımlılığı hakkındaki görüşleri*. XI. Akademik Bilişim Konferansı (AB09), 11-13 Şubat 2009. Şanlıurfa: Harran Üniversitesi.
- KITTINGER, R., CORREIA, C. J., IRONS, J. G. (2012). Relationship between facebook use and problematic Internet use among college students. *Cyberpsychology, Behavior & Social Networking*, 15(6), 324-327.

- KUSS, D. J., GRIFFITHS, M. D. (2011). Online social networking and addiction – A review of the psychological literature. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 8(9), 3528–3552.
- KUSS, D. J., GRIFFITHS, M. D., BINDER, J. F. (2013). Internet addiction in students: Prevalence and risk factors. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 959-966.
- LARSEN, R. J. (2000). Toward a science of mood regulation. *Psychological Inquiry*, 11(3), 129-141.
- LEUNG, L., LEE, P. S. N. (2012). The influences of information literacy, internet addiction and parenting styles on internet risks. *New Media & Society*, 14(1), 117–136.
- SIRAKAYA, M. (2011). *Öğretmen adaylarının problemlı internet kullanımı ve internet öz-yeterlik düzeylerinin incelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Hacettepe Üniversitesi. Ankara: Fen Bilimleri Enstitüsü.
- THATCHER A.,GOOLAM S. (2005). Development and psychometric properties of the Problematic Internet use Questionnaire. *South African Journal of Psychology*; 35, 793-809.
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU (2012). *Adrese dayalı nüfus kayıt sistemi (ADNKS) sonuçları, 2012*. [Çevrim-içi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13425>], Erişim tarihi: 12.10.2013.
- TÜRKİYE İSTATİSTİK KURUMU (2013). *Hanehalkı bilişim teknolojileri kullanımı araştırması (06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı ve Medya, 2013)*. [Çevrim-içi: <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15866>], Erişim tarihi: 10.10.2013.
- YILMAZ, M. B. (2010). İlköğretim 6. ve 7.sınıf öğrencilerinin bilgisayara yönelik bağımlılık gösterme eğilimlerinin farklı değişkenlere göre incelenmesi. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 617-622.
- YOUNG, K. S. (1998). Internet addiction: The emergence of a new clinical disorder. *Cyberpsychology & Behavior*, 1(3), 237-244.
- YOUNG, K., SULER, J. (1996). *Intervention for pathological and deviant behavior within an online community*. [Çevrim-içi: <http://netaddiction.fusionxhost.com/articles/interventions.pdf>], Erişim tarihi: 12.10.2013.

1. TÜRKiYE
ÇOCUK VE MEDYA
KONGRESİ
ÇOCUK BİLDİRİSİ



2. Çocukların medyanın olumsuz etkilerinden korunması, medyanın doğru anlaşılabilmesi için aynı zamanda toplumun da bilinçlendirilmesini, özellikle velilere yönelik eğitimler verilmesini istiyoruz. Milli Eğitim Bakanlığı'nın bu konuda harekete geçmesini istiyoruz.

3. Medya çalışanlarının (gazeteci, senaryo yazarı vb) da, çocukların haklarını koruyacak şekilde yayın yapabilmeleri için medya okuryazarlığı konusunda eğitim almasını öneriyoruz.



ELEKTRONİK DÜNYANIN ÇOCUK DÜNYASINA YANSIMASI: “TEMASSIZ OYUN” KAVRAMI BAĞLAMINDA ELEŞTİREL BİR İNCELEME

Yrd. Doç. Dr. Özge UĞURLU

ÖZET

Küreselleşme söylemleriyle birlikte, bireylerin gerek sosyal gerekse psikolojik ihtiyaçlarını gidermek için kullandıkları teknolojik aygıtlarla sarmalanmış bir dünyayla karşı karşıyayız. Yeni iletişim teknolojilerinin gelişmesi, yaygınlaşması ve yaşam alanlarına yansımaları, aynı zamanda çocuğun imgelemi ile arasındaki ilişkinin dönüşümünü de beraberinde getirmektedir. Çocuk bu ilişkiyi kurmada düş gücünü ve yaratıcılığını pekiştirirken “oyun” ritüelinden beslenmekte böylece sosyalleşme örüntüsü içerisinde yerini belirleyebilmektedir. Bu oluşum süreci oyunun toplumsal işlevi çerçevesi içinde düşünüldüğünde çocuk dış dünyayla iletişim kurabilme yetisini “temas etme” pratiği üzerinden geliştirebilmektedir. Çocuk oyuncağına, annesine, arkadaşına dokunur. Onları algılar. Davranışlarına bu şekilde yön verir.

Çocuğun doğumundan itibaren içinde var olduğu teknolojik fanus, çocuğun zihinsel anlamda beslenme ve yenilenme yöntemlerini derinden etkilemekte böylece bunun bir aracı olan oyunun oynanma şekillerinde de birtakım değişikliklere yol açabilmektedir. Bu noktada gözlenen tarafla iletişim sürecini kolaylaştıran bir araç olarak konumlandırabildiğimiz bilgisayar ekranı, paradoksal biçimde iletişimi sekteye uğratarak çocuğun çevresiyle “temassızlığını” ortaya çıkarabilmektedir. Bu açıdan değerlendirdiğimizde geçmişte eğlence, sosyalleşme ve kültürel aktarım rolünü üstlenen oyun, artık gizli öznelerle ya da elektronik dünyanın belirlediği kurallarla bilgisayara karşı oynanma pratiğine dönüşmektedir.

Çalışma oyunun çocuk dünyasındaki yerini ve önemini vurgulamakla beraber çalışmanın amacı dijital dünyadaki oyun oynama pratiğine eleştirel bakışı ortaya koymaktır. Gerçek yaşamın minyatürleşmiş haline bürünen oyunun, geçmişteki rolüyle karşılaştırıldığında, çocuğun ruhsal doyumunun sağlanması ve yaratıcılığının gelişmesinde çevresiyle temassızlaşma üzerine kurulan bir davranışa dönüşmesi çalışmanın temel argümanını oluşturmaktadır. Bu bağlamda çalışmada literatür taramasıyla elde edilen bilgiler yorumlama yöntemiyle değerlendirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Dijital Dünya, Çocuk, Temassız Oyun, Çocuk Dünyası, Oyun, Küçük Tüketiciler.

GİRİŞ

“Önce çocukların hayalleri vardı”

Robert Froust, Directive

Elektronik çağın getirdiği birçok yeni usulün yanında çocuk ve kültürel aktarımın yer alacağı çalışma, çocuğa seslenen medya metinlerinin ve oyun oynama biçimlerinin çocuğun dünyasında ne şekilde algılandığı ve bunların çocuğun gerçek yaşantısında ne şekilde davranış pratiklerine döküldüğü üzerinedir.

Çocukluk keşfetme ve keşfettiklerini deneyerek yaşama aktarma dönemi olarak ele alındığında, çocuğun doğmuş olduğu kültür, çevre, sosyal ve ekonomik yapılar onun daha sonraki toplumsallaşma sürecinde de etkin bir rol üstlenmektedir. Kuşkusuz çocuğun oyuna ve oyuncağa yakınlığı ve onlarla oynama biçimleri, sonraki dönemlerde dünyayla kurduğu iletişimin mevcudiyetini, kalitesini ve sürekliliğini etkileyecektir. Bu bağlamda elektronik dünyanın hâkimiyeti çocuk dünyasında da kendini göstermekte, çocuğun çevresiyle “temas” ederek kurması gereken ilişkiyi araçlarla temasa dönüştürerek, çocuğun kendisi tarafından üretilmesi gerekli birtakım tepki ve kodları, hazırlanmış paketler halinde çocuğun önüne sunmaktadır. Böylece küreselleşme söylemleriyle yaşatılan tüketim kültürü içinde kapısını çocuğun “tık”latıp girebileceği yeni bir dünya yaratılmakta, geleneksel oyun kültürünün yeni dijital formları “temassızlık” ekseninde hegemonik bir şekilde toplumsal ilişkilere sindirilmektedir.

Çalışmanın ilk bölümü, küresel dünyada oyunun dönüşen anlamı üzerine konumlandırılan “temassız oyun” kavramının tanımlanması ve analizini içermektedir. İkinci bölümde ise, çocukluğun dijital ortamla birer küçük tüketici olarak yeniden tanımlanmasının altı çizilerek, bu süreçte çocuğun oyun üzerinden aktarılan pazarlama söylemlerine tepkileri üzerinde durulmuştur. Üçüncü bölümde sosyalleşmenin elektronik bağlarla sağlanması ve sanal kültürlenme pratikleri ele alınmış, son bölümde ise, tüm bunlarla bağlantılı olarak oyunun küresel sistem kodlarıyla donatılarak çocuk zihnine ne şekilde yansıdığı irdelenmiştir.

KÜRESEL DÜNYADA OYUNUN DÖNÜŞEN ANLAMI ÜZERİNE: SOKAKTAN EVE TAŞINAN PRATİK “TEMASSIZ OYUN”

Oyun özellikle çocukluk dönemine özgü bir unsur olarak ele alınıp, kültür aktarımında esas ritüel olarak kabul edilebilir. Oyun kavramını küreselleşmenin getirdiği birtakım toplumsal dönüşümler ekseninde ele almak, geleneksel oyundan dijital oyuna geçişi iyi ifade etmek adına önemlidir. Oyun çocuğun dünyasında gerçek dünyanın minyatürleşmiş halini tanımlarken, Huizinga “canlı varlık oyun oynadığında, doğuştan gelen taklit yeteneğinin hükmü altındadır veya bir gev-

şeme ihtiyacını tatmin etmektedir veya hayatın ondan talep edeceği ciddi faaliyetlere hazırlık antrenmanı yapmaktadır; ya da oyun, insanın benliğine sahip çıkmasını sağlamaktadır” (1995: 17) ifadesiyle oyunun bir hazırlık evresi olarak ele alınabileceğini vurgular.

Oyun, çocuğa zamanın, yaratıcılığın, becerinin, enerjinin israfı fırsatını tanımakta (Caillois, 2006:125), haz vermekte, eğlendirmekte bunun yanında ciddiyet, düzen, gerilim ve paylaşma ortamı da oluşturmaktadır. Oyun gönüllü bir eylemdir; oyunun devamını sağlayan da oyundan alınan zevk ya da hazzın gücüdür. Oyun görev anlayışıyla değil, boş zamanların değerlendirilmesiyle gerçekleşmektedir. Oyun içinde yer alan kurallar, çatışmalar oyun evreninin düzenlenmesi ve oyunun devamı açısından önem taşımaktadır. Çünkü oyunun devamında ölçülebilir bir kazanma ya da kaybetme sonucuyla karşılaşılır. Böylece oyunda kurallar ve oynama biçimleri tekrar düzenlenir. Tüm bu düzenin konumlandığı bir alanın varlığı da oyunun vazgeçilmezlerindedir. Oyun, bu kutsal alan içerisinde oynanır; ancak düş gücü bu alanın fiziksel sınırlarını zorlayarak oyun evrenini genişletir. Tüm sayılanlar çocuğun kültürel kodları yaratmasında ve devamında bunlara göre davranmasında temel alınabilir unsurlardır. Dolayısıyla oyunun bu unsurlarındaki dijital merkezli dönüşüm, çocuğun imgelemiyile olan ilişkisini de değiştirip dönüştürerek, çocuğun dış dünyayla bilgisayar/ elektronik bir araç dolayımıyla etkileşimde bulunmasını ve çevresiyle temassızlığını pekiştirmektedir.

Görüldüğü üzere oyun, çocuk dünyasına birçok anlamla yerleşirken, oyunun oynanma biçimi de çocuğun bu anlamla ilişkisini belirlemektedir. Gelenekselden dijitalle uzanan süreçte çocuğun oyun oynama anlayışının temeli, “yeni medyadan alınan hazda anlatının ikincil ancak teknolojinin kendisiyle kurulan etkileşimden doğan hazzın birincil olduğu” (Binark, 2007: 31) şeklinde belirtilmektedir. Bu bağlamda çocuk düşlerinin, hayallerinin ekran, mouse, klavye gibi aygıtlarla şekillenmesi, sınırlandırılması, dijital dünyanın çocuk dünyasının özgürlüğünü ne derece sıkışık hale getirdiğini gözler önüne sermektedir. ‘Ekran merkezli’ olarak tanımlanabilecek yeni oyun oynama pratiği, çocuğun bulunduğu mekanın sınırlarını ihlal etmeden de oyunun temel varlığını sürdürmesiyle kendini göstermektedir. Sanders, bu bağlamda değişen iletişim sürecini şu şekilde aktarmaktadır: “Elektronik iletişim araçlarını kullanan birisi konuşmanın en önemli kuralını çiğner: Dinleyen karşısındaki sözünü kesemez. Oysa soru sorma, yineleme, insanların kontrolden çıkıp tekrar düzene girmesi iletişimin temelini oluşturur” (1999: 45).

Çocuğun sokaktaki oyun pratiklerine bakıldığında en başat davranış kalıpları yüz yüze iletişim, üzüntü ya da sevinci paylaşma, gözüyle ya da eliyle çevresine dokunma şeklinde sıralanabilir. İşte bu noktada ekranın çerçevesiyle dünyayı algılayan çocuğun sokaktaki oyun pratiklerine ulaşabilmesi pek de mümkün değildir. Dijital dünyanın kısırlığı çocuğu karşısındakine herhangi bir karşılık ya da tepki verememe (ya da bu tepkinin sınırlı olması), dokunamama, karşısındakiyile

direkt konuşamama gibi sorunlarla baş başa bırakılmaktadır. Çocuk giderek dijital dünya tarafından sarmalandığından, geleneksel oyun pratiğinden mahrum kalmakta, kısacası çevresine, topluma “temastan” yoksun bir şekilde bırakılmaktadır. Çocuğun arkadaşıyla ekran dolayımıyla paylaşımında bulunması, gerçek dünyanın da tam anlamıyla kavranamamasıyla sonuçlanmaktadır. Bir başka açıdan değerlendirildiğinde çocuğun kendisini ikinci bir insanla -ötekiyle- tanınması ve tanımlaması sürecinde dijital evren çocuğa kendi kurallarıyla seslenerek bu sürece engel koymaktadır. Çünkü dijital oyun sistemi yenmek ve yenilmek ilişkisiyle sınırlı bir düzen sunmakta, düzen tarafından kodlanan dünya ancak öteki olarak adlandırılmaktadır. Böylece çocuk mevcudiyetini bilgisayar ekranıyla algılamaktadır.

Dijital oyunun karakterinden kaynaklanan bu durum “gerçek yaşamdaki fiziksel oyunların ve yüz yüze iletişimin rastlantısal hazzından yoksun olarak” (Akbulut, 2009: 41) karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda Sanders’ın değerlendirmeleri yerinde olacaktır; “Çocuklar evden dışarı adım atmıyor, zamanlarını video oyunları ile geçiriyorlar, oysa eskiden birbirlerinin bahçesine ya da parka oyun oynamaya giderlerdi. Bir yerlerde bir çocuğun aklına bir fikir gelir ya da hemen kurallar oluşturularak yeni bir oyun uydurulur, belki de başkalarından duyulan oyunlar oynanırdı. Bu oyunların çoğunda demokratik, eşitlikçi bir ruh sezilirdi. Gerçekten de düş gücüne dayalı oyunlarda hiçbir şey sabit ya da belirli değildir. Çocuklar takımlara ayrılırken adil bir dağılım sağlardı” (1999:138). Görüldüğü gibi çocuğun elektronik dünyaya girmesinin ardından o dünyanın programlanmış kurallarına boyun eğmesi, çocuğun kendi oyununun kurallarını tanımlama ve kontrol edebilme becerisini de arkada bırakmasına yol açmaktadır. Çocuk düş gücüne dayalı olarak yarattığı kendi oyununu ve kendi kurallarını sosyalleşme ortamına aktarmada da yetersizleşmekte, oyun oynama yanlısına düşmektedir. İkinci el deneyimler olarak adlandırabileceğimiz “dolayımlanmış” pratikler temasın önüne geçerek, bireyi gerçek yaşamın risklerinden ve baskılarından uzaklaştırmaktadır (Sartori, 2004: 52).

Bunun beraberinde geleneksel oyun anlatımı çocuğun demokrasi, özgür düşünme, eşitlik ruhunu belirgin halde destekleyen karakteri tersine işleyen bir yapıya büründürmektedir. Oyunun şimdiki tezahürü elektronik ortamdaki kodların çocuğun zihninde belirginleşmesi ve bu incelemin sokakta canlandırılması üzerine kurulmuştur. Buna dayanarak şiddetle beslenen oyun, çocuğun sokakta da şiddeti deneyimlemek istemesiyle sonuçlanabilmektedir. Dolayısıyla geleneksel oyun gerçek yaşama hazırlık sürecini temsil ederken, dijital oyun gerçek yaşama sanal yansımalar sağlamaktadır. Bu durum çocuğu gerçek yaşamda karşılaşması mümkün olmayan temelsiz duygulanımlarla da karşı karşıya bırakmaktadır.

EVRENSEL BİR DENEYİM OLARAK ÇOCUKLUĞUN DİJİTAL ORTAMDA “KÜÇÜK TÜKETİCİLER” OLARAK YENİDEN TANIMLANMASI

Hızla gelişen elektronik dünyaya karşı koymak olanaksızlaşırken, her koşulda zaman, mekan sınırı olmaksızın çocuğun karşısında erişebildiği bir oyun ortamının varlığı dijital oyun oynama pratiğinin vazgeçilmezliğini de beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda düşünüldüğünde, çocuğun kültürel alt yapısının oluşumunda ve devamında da oyunun oynandığı uzamın ve davranış kalıplarının önemi göz ardı edilemez. Bu değerlendirmelerle varacağımız iki nokta, oyunun konumunun küreselleşmeyle beraber değişmesinin birbirini besleyen iki unsurla açıklanmasıdır; ilki, oyunun egemen kültürün ve ideolojinin aktarımında başat bir rol üstlenmesi, ikincisi ise, tüketim kültürünün değiş tokuş değeri olan bir metası haline gelmesi şeklinde düşünülebilir. Dolayısıyla, oyunun tüketim kültürüne “aracı olma” işlevi her iki durumda da çocuğun karşısına yeni örüntüler çıkarılmaktadır. Geleneksel oyun ekonomik üretim-tüketim ilişkilerinin dışında kalma ayrıcalığıyla düşünülürken, dijital oyun tüketim kültürüne yeni özneler ve nesnelere üreten bir olgu olarak eklenen kimlikle karşımızda durmaktadır.

Oyunun egemen ideolojinin aktarımındaki rolüne baktığımızda; çocuğun tüketim kültürünün içerisinde etkin bir özne olarak konumlandırıldığı sonucuyla karşılaşırız. Kurgulanmış bir oyun evreninde toplumun kültürel kodları yeniden anlamlandırılarak ve en önemlisi süslenerek çocuğa sunulmaktadır. Temelinde kapitalizmin egemen “tüket” mottosunun yer aldığı, her türlü duygusal öğenin giderek değiş tokuş nesnesine çevrildiği kültürel dönüşüm, çocuğun dünyasına elektronik oyunlar aracılığıyla işlemekte, bu da tüketim kültürünün giderek yaygınlaşmasını “oyun” aracılığıyla meşru kılmaktadır. Her ne kadar oyun kavramsal olarak dokunulmamış bir alanı çağırırsa da, egemen ideoloji onu da himayesi altına alarak çocuğa seslenmede ve hakim kültürün içselleştirilmesinde oyunu araçsallaştırmaktadır. “Medya duygusal ve psikolojik gereksinim ve isteklerin yerine tüketici değerlerini yerleştirerek gelişim sürecini kısa devreye uğratmaktadır” (Sanders:1999: 50), dahası çocuğa örtük pazarlama stratejileriyle ulaşarak, çocuğun tüketici kültürü konusunda eğitimi de üstlenmektedir. Kısacası, oyun ritüeli kapitalist üretim ve dağıtım ilişkilerinin yeniden üretimi olarak görülebilirken aynı zamanda “temelinde rekabete, daha çok kazanmaya ve kar elde etmeye dönük kapitalist ilişkiler ağı” (Yıldız, 2007: 57) dijital oyunların genelinde de varlığını sürdürmektedir. Ürün ya da markayla oyunsu bir ilişki kuran reklam içerikleri (advergame), markaların pazarlama stratejisi olarak oyunlardaki ürün yerleştirmeler, popüler çizgi film karakterlerinin caydırıcılığından faydalanarak üretilen oyun ve oyuncaklar çocuğu bu yollarla tüketim kültürünün içine itmektir.

Kültür endüstrisinin bir ürünü olarak kimliklenen oyuna kapitalist üretim-tüketim koşullarında biçilen bir diğer rol de, tecim eşyasına indirgenmesidir. Oyun artık bir serbest zaman etkinliği olarak düşünülmemekte; serbest zamanı kar amacıyla kullanan sistem, bu bağlamda tüketimi arttırmak için oyunu da alınıp satılan bir metaya dönüştürmektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde oyun ev içine sınıksızlaşmış, ev içi pazar oluşturan bir piyasa mekanizmasının başat aracı haline gelmiştir. Oyun çocuk kültürüyle düşünülen bir ritüel olmanın yanında oyun dışı bir kimlikle elektronik dünyanın küresel dünyayla kesişim noktasında yer almaktadır. Oyun konsolları ve aparatları oyunun bir aygıt üzerinden oynanmasına olanak sağlarken, bu durum hem dijital evrene bağımlılık yaratmakta, hem de dürtüyü dinç tutarak, oyun oynama edimini yüksek meblağlar karşılığında satın alınabilen bir araca dönüştürmektedir.

Tüm bu unsurlar göz önünde bulundurulduğunda çocuk dünyası, gerçek dünyanın temsilini bulması gereken oyun ritüeli içinde sorgusuzca bir yandan egemen ideolojinin metinlerine bir yandan da post modern hazlarla sarmalanmış oyunu satın almaya maruz bırakıldığı görülmektedir. Schiller medya metinlerinin egemen düşünce etrafında kurgulanması ve bunun bireylere aktarılması sürecini tanımlarken, “dijital ortamı altında pek çok ekonomi politik söylemin yattığı büyük bir inşa alanına” (1993: 74) benzetmekte ve bu projenin sonuçlarını da yeni tüketim ortamları yaratmak olarak tanımlamaktadır. Çocuk, oyun oynama biçiminin diretilen bir davranış olduğunun farkında olmadan, sokakta oyun oynamayı unutmamış, birer “küçük tüketicisi” olarak pazarda konumlandırılmaktadır.

Dijital dünya, çocuk dünyasında hızlı bir şekilde kendini gösterirken, aynı zamanda yeni küresel değerlerin de dolaşımını ve yeniden üretilmesini bu yolla sağlamaktadır. Hall “hegemonyanın baskı ile değil, kültürel alanda rızanın tesisi ile kurulduğunu” (Fiske, 1996:148) söylerken buna bağlı olarak çocuğun da kültürlenme sürecinde buna maruz kaldığını, ekonomik ve politik sistemin çıkarlarına hizmet eden mesajlara geribildirimde bulunduğunu çıkarsamak yanlış olmayacaktır. Bu bağlamda ‘küçük tüketiciler’ olarak konumlanan çocuk, pazarlamacı söylemlerin tesis edilip taşınmasında oyun aracılığıyla etki alanı içerisine sokulmaktadır. Bunun yöntemi ise çocuğun kültürel mallardaki beğeni unsurunu görmesini sağlamak, kısacası çocuğu tüketim konusunda eğitmek böylece yeni tüketim modellerini içselleştirmiş özneler yetiştirmektir.

Çocuk çevreden aldığı mesajları yoğurarak, önce sunulan simgeleri ‘okumakta’, ardından da bu simgelerle gösterilen ve fantasmalarla yüklü malları sahiplenme düzeyinde (Baudrillard, 2004: 189) beklenen davranışa yanıt vermektedir. Beklenen davranış ise, önceden belirlenmiş ‘markalaşmış zihinler ve bedenler’ yaratma üzerine kurulmuştur. Çocuk bu imgelerle oyun evreni içerisinde verilen kodlarla karşılaşmakta ve bilinçsizce bunları benimsemektedir. Çocuk dijital dünyada oyun içerisinde estetik ve güzellik, kaygı ve şiddet, moda ve marka gibi kod-

larla yüz yüze gelmekte, bunların hayatında karşılığının olması konusunda çaba içine girmektedir. Çocuk bu yolla ideal formları irdelemekte, nesnelere arzulara hizmet etme özelliğini keşfetmektedir. İşte bu keşfetmeyle başlayıp tüketme eylemiyle devam eden süreç de egemen sistemin isteğinin ta kendisi olarak görülebilir. Sistem bunu gerçekleştirirken oyun içerisinde belli simülasyonlar ve göstergeler yoluyla çocuğa, çocuğun kendi diliyle seslenmektedir. Kısacası markalar, oyunlar aracılığıyla çocuğun tüketim kültürü içinde “terbiye edilmesini” (Baudrillard, 2004:215) örtük biçimde garanti altına almaktadır.

Bunun yanı sıra tüketim kültürü içerisinde yetişen çocuk, aynı göstergeler sisteminde, aynı hiyerarşik değer kodunun okunması ve tanınmasıyla çevresiyle iletişimini sürdürebilmektedir. Kültür ürünlerinin toplumsal kullanımını kendi dünyasında değerlendirerek “...başkalarının uyguladıkları, sergiledikleri ve tükettikleri kültürel göstergelerin kod açımını yaparak yorumlamakta, zorunlu olarak nesnelere üzerinden başkaları hakkında hükümler” verebilmektedir (Featherstone, 2005: 111). Düzenlenmiş bu ortak kodlar çocuğa medya metinleri ve oyun pratikleriyle aktarılmakta, çocuk ait olduğu kültürel grubun üyesi olabilmek adına bunlara uygun davranış örüntüleri geliştirmektedir. Çocuk “sembollere cevap vermeyi alışkanlık haline getirmekte, bu eğitimi almadığı sürece modern kapitalizmin ekonomik sistemini destekleyen sosyal ve kültürel ilişkileri” (Bocock, 2005: 81) sekteye uğratmaktadır. Dolayısıyla görülmektedir ki, çocuğun ilk edindiği deneyimler sonraki dönemlerde tüketim pratikleriyle ilgili olarak geliştirdiği tarzları, kültürel ifade şekillerini, tüketim mal ve hizmetlerine vereceği tepkileri de etkilemektedir. Sembol ve değerlerin özellikle oyunlar üzerinden çocuğa aktarımı, daha ulaşılabilir bir yöntem olmasından, çocukların marka ve imajlara dair zihinsel olarak daha kolay etkilenmelerine yol açmaktadır. Çocuk, marka ve göstergelerle kendini diğerlerinden farklılaştırmak arzusu içinde büyümektedir.

Bu açıdan bakılınca geleneksel oyun, elektronik oyun karşılaştırmasında çocuğun tüketim kültürünün egemen kodlarıyla baş başa kalması bunun devamında bu kodları çözerek toplumda kendisine bir yer biçmesi ve bunu markalarla süslemesi kaçınılmazdır. Daha da ötesi, böylesi gösterge merkezli toplumun, çocuğun paylaşımını, yaratıcılığını, hayal dünyasını engelleyerek hazırlanmış kodlarla çocuğa tüketim eğitimi vermesi her yönden çocuğun çevresine ve kendisine temassızlığını beraberinde getirmektedir.

ELEKTRONİK BAĞLARLA KURGULANAN SOSYALLEŞMENİN YENİ ARACI “EKAN”, DOKUNMANIN YENİ EDİMİ “TİK”

Elektronik dünyanın çocuğun dünyasına yansımasındaki önemli unsurlardan biri de çocuğun oyun oynama pratiklerinin sosyalleşme üzerindeki etkileridir. Bu bağlamda, küresel söylemler serbest zaman pratiklerinin giderek bireysel düzlemde kullanılmasını önermekte, bu da çocuğun yalnızlık duygusuyla baş başa kalması

na yol açmaktadır. Oyun oynama pratiği açısından değerlendirildiğinde, evde tek başına da oyun oynayabilme lüksü sunan kültürel kodlar, çocuğun toplumsal bağlamdan koparak, topluma ve beraberinde kendisine yabancılaşmasına neden olmaktadır. Monologlar şeklinde sürdürdüğü oyun ediminin tanıkları oyunun içindeki kahramanlar, sanal karakterler ve çocuğun kendisini ifade eden fare ve benzeri imleçlerdir. Çocuğun elektronik ortamdaki habitusu (Bourdieu), oyun jargonu dışında iletişim kurmama, sanal kimlikler yaratma, sanal kariyerler edinme şeklinde oluşmaktadır ki bu da çocuğun gerçek yaşam pratiklerinden uzak kalmasına, kopmasına dahası kişisel inisiyatiflerin, diyalog ve katılım koşullarının yeniden kurulmasına işaret etmektedir. Çocuğun kendisinin üretmesi gereken tepkinin taklidini elektronik dünyada bulması, gerçek yaşamla tanışmasında edilgenlik ve tepkisizlik davranışı olarak çocuğa geri dönebilmektedir.

Toplumsal kültürün en önemli özelliği toplumsal paylaşımaya dayanmasıyken, elektronik kültür insanı paylaşmaktan uzaklaştırarak toplumdan koparmakta, çocuğun paylaşımaya dayalı sosyalleşme örüntülerine ket vurmaktadır. Oyun oynamak mutluluğun, sıkıntının, sevincin, rekabetin, kazanma ya da kaybetmenin paylaşılması üzerine kurulu bir pratik olarak okunması gerekirken, elektronik dünyada kendi başına yaşatılan bir edim haline gelmektedir. Bunun sonucu gerek sosyal gerek bireysel düzlemde temassızlık olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tüm bunlara ek olarak Castells “insanları ortak değerler ve çıkarlar etrafında ‘online’ bir araya getiren bir tür cemaatin doğduğuna” değinerek, sosyalleşme olgusunu dijital evren ekseninde değerlendirmektedir. Aynı zamanda farklı gerçeklik düzleminde işleyen “sanal bağ” kavramını vurgularken, sanal cemaatler ve fiziksel cemaatler karşılaştırmasını yapmakta, etkileşim ve iletişim kalıpları açısından farklı dinamiklerin var olduğunu” (2008: 480) söylemektedir. Sosyalleşme bağlamında düşündüğümüzde zayıf bağlar üzerine kurulan sanal cemaatler, çocuğun da dijital dünyayla sarmalanmasından kaynaklı, zamanla dahil olmaya motive olduğu temelsiz mekanizmalar sunmaktadır. Yapay bir etkileşim sunan dijital evren pratikleri yeni “parçalanmış özneler” yaratmakta, çocuk aynı anda hem oyunu oynayıp tuşlara basıp, ekrana dokunan birinci şahıs, hem de kurgusal dünyada ekranda gördüğü karakterle özdeşleşmiş üçüncü şahıs konumunda belirsiz bir evrende yer almaktadır. Dokunmanın dolayımlanmasıyla gelişen, gerçeklik duygusunu tehdit eden yeni sosyalleşme, gerçek ve hayal arasındaki ayrımın silikleştiği bir simülasyon dünyasına yol açmaktadır (Featherstone, 2005: 144). İnternetin insan-makine ilişkisinin ötesinde insan-insan ilişkisine olanak sağlayan yapısı, toplumsal bir ilişkinin farklılaştığı yeni bir kamusal mekanı karşımıza çıkarmaktadır (Poster, 1997: 202).

Görüldüğü gibi, dijitalleşme yalıtılmış mekanlarda oyun oynama çözümleri sunarken, çocuğun sosyalleşmesine önemli bir darbe de indirmektedir. Çocuk arkadaşının sesini duymadan, ona dokunmadan, ona bağırmadan sanal arkadaş-

lıklar edinmekte, hatta bilgisayarın kendisiyle oynamaktadır. Çoğu zaman tek yönlü bir iletişim sürecini tanımlayan bu durum, çocuğun tüm eylemlerini elektronik dünyanın kurallarına göre düzenlediği bir alana sürüklemektedir. Tasarımı ve saptanmış sınırları ile özgürlüğü disiplin altına alan elektronik oyun hegemonik bir alan yaratıp, çocuğun kendi imgelerini yaratma yeteneğini azaltarak onu hazır imgelere duyarlı hale getirmiştir. Geçmişte oyunun kurallarını belirleme sorumluluğu çocuğun kendindeyken, artık elektronik dünya bu özgürlüğü çocuğun elinden alarak onun toplumsal anlamda paylaşımını, kararlarını, rollerini dolayısıyla sosyalleşmesini derinden etkilemiştir.

90'ların başından itibaren hızla gelişen internet dolayimli iletişimin çocuğun yaşamının merkezinde yer alması da birçok sorunsalı beraberinde taşır. Çocuk dünyasında var olan şiddet, mutluluk, özenme, beğenilme, onaylanma gibi sosyalleşmeyle karşılık bulabilecek duygu hallerinin dijital evrendeki yansımaları ne şekilde dönüşmektedir? (Montgomery, 2007: 36). Sosyalleşme ve asosyalleşme ikileminin süregeldiği sosyal paylaşım ağlarının oyun oynama olanağı sunması da, çocuğu istediği her an, her yerde ve mekanda, içinde olabileceği cezbedici, dinamik, canlı, hareketli bir alana taşır. Bunun da ötesinde, kablosuz iletişim ağlarının yoğun kullanımı, taşınabilir (mobil) cihazların egemenliği, çocuğun bilgi elde etme yöntemlerinden, iletişim kurma pratiklerine uzanan bir yelpazede sosyal ağlar üzerinden kullandığı dil, jargon, ikon ve davranış kalıplarına kadar gündelik hayatında merkeze almaya kadar giden bir süreç göze çarpar (Agger, 2012: 23). Bunun en gözlenebilir çıktısı kuşkusuz çocuğun majör eylemlerini sanal ortamda yaratılan alışkanlıklar üzerinden kodlaması ve çoğu zaman içi doldurulamayan kavramların çocuğun sosyalleşme sürecinde köklenmesidir. Böylece sosyal paylaşım ağlarında aktif, izleyen- izlenen bireyler olma motivasyonu çocuğa küçük yaşlardan itibaren aktarılır.

Oyun oynama pratiği sosyalleşme bağlamında düşünüldüğünde, çocuğun biyolojik bir varlıktan sosyal bir birey haline gelmesi, toplumsal cinsiyet kodlarını da öğrenmesi ve içselleştirmesini beraberinde getirmektedir. Bu anlamda çocuğun toplumsal cinsiyetinin getirdiği kadın ya da erkek olarak üstlenmesi gereken rollerine teması da aynı zamanda elektronik iletişim sisteminde farklı olarak üretilmektedir. Üretilen mesajlar ve bunların çocuk dünyasına yansıması egemen kültürel göstergelerle şekillenmekte, çocuğun rol modelleri dijital özneler ve imajlar üzerinden oluşmaktadır. Çocuk kendi toplumsal cinsiyetine uygun davranış kalıplarını ekrandaki ideal yapılarla, mükemmel bedenler ve simgelerle bütünleştirmektedir. Bunun sonucunda sanal - gerçek arasındaki sınırlar bulanıklaşarak, çocuğun kentli toplumda var olma çabası, cinsiyet üzerinden kültürel mallarla gerçekleştirilmektedir. Erkek çocuk dijital ortamda yarıştırdığı son model arabasına binme hayalleriyle büyürken, kız çocuk bilgisayar ekranındaki manken bebeklere giydirdiği son moda giysilerle kendini gerçekleştirme çabası içine girmektedir.

Bu gelişmeler ekseninde düşünüldüğünde, elektronik dünyanın somut şeyler üzerinden düşünmeyi pekiştirmesi, çocuğun hayal gücünü, düş kurmasını, imgelemine ve yaratıcılığını en aza indirmesi, egemen düşüncenin yaratmak istediği üretmeyen, sürekli tüketen birey yaratma ideolojisinin izdüşümü olarak yorumlanabilmektedir. Kaosun, karmaşanın, engellerin olduğu gerçek yaşam örüntülerinin karşısında basite indirgenmiş, eğlenceye dönüştürülmüş, estetik hale getirilmiş elektronik dünyanın imajları çocuğun sorunlarla başa çıkamamasını beraberinde getirerek, sosyalleşmeyi zora sokmaktadır (Doverly, Kennedy, 2006: 21). Çocuk sosyalleşme prosedürünü yerine getirmede temasını "tık"lara, duygularını ikonlara, kimliğini avatara indirgeyerek, elektronik dünyanın yansımasıyla gerçek dünyanın varlığı arasına sıkışıp kalmaktadır. Bu çerçevede düşünüldüğünde çocuğun karşı karşıya kaldığı "pratiğinden sökülmiş" sosyalleşme olgusu, his temelini göz ardı etmiş, gerçeğe uyarlamamanın mümkün olmadığı bir davranış sistemi sunmaktadır.

SONUÇ YERİNE ELEŞTİREL BAKIŞ

Yeni elektronik sistemlerin hayatımıza yayılışı ve beraberinde getirdikleri "sanal" ön eki, toplumun her parçasında kendini göstermektedir. Bu dönüşüm, çocuğun temas ederek öğrendiği çevresine yaklaşımını ve toplumsallaşmasını farklı pratikler üzerinden gerçekleştirmesine yol açmaktadır. Bu çalışmada 'temassız oyun' olarak tanımlanan bu pratik, dijital evrende çocuğun içi boşaltılmış, simülatif nesnelere etkileşime geçerek, oyun ritüelinin geleneksel yapısından sıyrılmasına yol açmaktadır. Bu çerçevede elektronik dünyanın çocuk dünyasına yansımalarını şu şekilde değerlendirmek mümkündür:

- Dokunmanın anlamının teknolojik gelişmeler sonucunda değişip dönüşmesi, bunun sonucunda da çocuğun çevresine ve kendisine temassızlığının ortaya çıkmasının değerlendirilmesi ilk yansıma olarak ele alınabilir. Bu anlamda ev merkezli olarak ele alabileceğimiz temassız oyun pratiği, çocuğun salt teknoloji aracılığıyla dış dünyayla etkileşim içinde olmasını ifade etmektedir. Bu oluşumun çocuk dünyasına yansıması gerçek yaşamda karşılığı olmayan, temelsiz duygulanımlarla karşı karşıya kalmak ve bunların hazır bir biçimde çocuğun önüne sunulması şeklindedir. Bu durumda çocuk oyun oynarken özgür olması ve düşünmesi gereken zamanını, programlanmış kurallar ve sistemler içinde kaybolarak geçirmekte ve bunun sonucunda kendi oyununu dahi kontrol edememektedir.

- Sanal olarak gelişen sosyalleşmenin fiziksel ortam ve geleneksel ilişki açısından analizi bir diğer önemli yansımadır. Çalışmada sosyalleşme olgusu, hazır kodlar ve göstergeler aracılığıyla çocuğun kendisini bir birey olarak toplumda konumlandırması ve davranış kalıpları oluşturması açısından değerlendirilmektedir. Bilgisayar dolaylı iletişiminde yakınlık ve uzaklık ilişkisi elektronik dünyaya mesafe ile ölçülebilir olmuştur. Bu anlamda bir karşılaştırma yapıldığında, geleneksel oyun özgün ve yaratıcı çocuk zihnini ön plana alıp çocuğun çevresini

ve kendisini sürekli keşfetme işlevi görürken, dijital dünya küresel sistem egemenliğinde hazırlanmış, denetlenmiş kodlarla çocuğa seslenmektedir. "Fiziksel olarak yalnız olmak, sosyal olarak yalnız olmakla eş anlamlı olmaktan çıkarken" (Meyrowitz, 1985: 115), bu anlayış çocuğu gerçek anlamda sosyalleşme sorunsalıyla karşı karşıya bırakmaktadır.

- Oyunun kültür aktarma rolünün 'tüketim kültürü' ekseninde yönlendirilmesi ve bunun egemen söylemler doğrultusunda gerçekleşmesi beraberinde çocuğun mutluluk reflekslerini tüketim eylemiyle düzenlemesiyle son bulmaktadır. Bu durumda, oyun çocuğun 'arzulayan özneler' olarak eğitilmesinde önemli bir görev üstlenmiş olmaktadır.

- Elektronik dünyanın çocuğun gündelik hayatına yansıması şu şekilde değerlendirilebilir: Bir yandan iletişim sürecini kolaylaştıran bir araç olarak konumlandırığımız ve olumladığımız bilgisayar ekranı, paradoksal biçimde iletişimi sekteye uğratarak çocuğun çevresiyle temassızlığını ortaya çıkarabilmektedir.

Görülüyor ki; günümüzde çocuğun elektronik dünyaya uzak kalması, topluma ve kendisine de uzak kalmasıyla aynı anlamı taşımakta, bu önlenemez yanlıgı çocuğun zihinsel gelişimini, hayal dünyasını, toplumdan beslenme yöntemlerini de değişikliğe uğratmaktadır.

SON SÖZ...

Bilgisayar ekranıyla temas, toplumsallaşma işlevinde önemli rol oynayan oyun ritüelinin çarpıtılarak çocuğun çevresiyle temassızlaşmasını ortaya çıkarmaktadır.

Son Not:

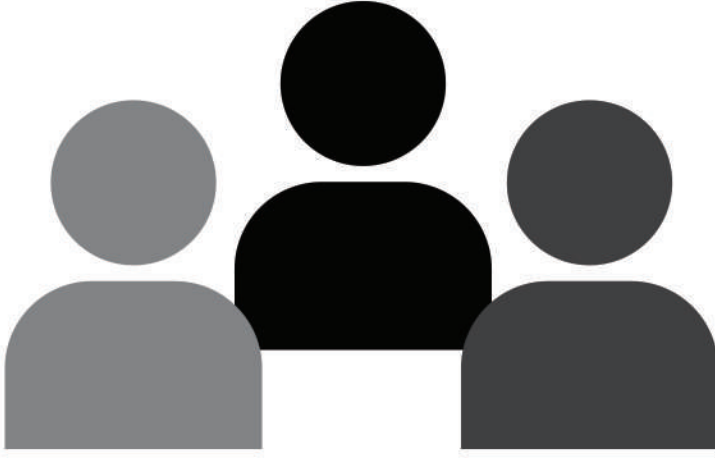
Yrd. Doç. Dr. Özge UĞURLU, Maltepe Üniversitesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım, İstanbul.

*Çalışma 20-22 Ekim 2010 tarihleri arasında gerçekleşen 7. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi'nde bildiri olarak sunulmuştur.

KAYNAKÇA

- AGGER, B. (2012). *Oversharing, Presentations of Self in the Internet Age. The Social Issues*. Routledge. New York.
- AKBULUT, H. (2009). "Gelenekselden Dijitale, Mekandan Uzama Oyun Kültürü", *Dijital Oyun Rehberi (Oyun Tasarımı Türler ve Oyuncu)*, 25-81. Kalkedon Yay, Ankara.
- BAUDRILLARD, J. (2004). *Tüketim Toplumu*. Ayrıntı Yay. İstanbul
- BİNARK, M., Bayraktutan S. G., Fidaner, B.I. (2008). *Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun Rehberi*. Kalkedon, Ankara.
- BİNARK, M. (2007). "Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu", *Yeni Medya Çalışmaları (der.)*. Dipnot. Ankara.
- BOCOCK, R. (2005). *Tüketim*. Dost Yay. Ankara.
- CAILLOIS, R. (2006). "The Definition of Play and the Classification of Games", *The Game Design Reader: A Rules of Play Antology*, Massachusetts, London: MIT Press.
- CASTELLS, M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, 1. Cilt, Ağ Toplumunun Yükselişi, İstanbul. Bilgi Üniversitesi Yay., İstanbul.
- DAĞTAŞ, B. (2003). *Reklamı Okumak. Ütopya*. Ankara.
- DOVEY, J., KENNEDY H. W. (2006). *Game Cultures, Computer Games as New Media. Incul-turel and Media Studies*. Open University Press. McGraw-Hill. England.
- FEATHERSTONE, M. (2005). *Postmodernizm ve Tüketim Kültürü*. Ayrıntı Yay. İstanbul.
- FISKE, J. (1996). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. Ark Yay. Ankara.
- HUIZINGA, J. (1995). *Homo Ludens (Oyunun Toplumsal İşlevi Üzerine Bir Deneme)*. Ayrıntı Yay. İstanbul.
- MONTGOMERY, K. C. (2007). *Generation Digital, Politics, Commerce and Childhood in the Age of Internet*. The MIT Press. London.
- MEYROWITZ, J. (1985). *No Sense of Place*. Oxford Üniv. Press, Oxford
- PIAGET, J. (1962). *Play, Dreams and Imitation in Childhood*. The Norton Library. NewYork.
- POSTER, M. (1997). "Cyberdemocracy. Internet and the Public Sphere". *Internet Culture*, Routledge, NY.
- POSTMAN, N. (1994). *Televizyon: Öldüren Eğlence (Gösteri Çağında Kamusal Söy-lem)*. Ayrıntı Yay. İstanbul.
- SANDERS, B. (1999). *Öküzün A'sı (Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi)*. Ayrıntı Yay. İstanbul.
- SARTORI, G. (2004). *Görmenin İktidarı*. Karakutu Yay. İstanbul.
- SCHILLER, H. (1993). *Zihin Yönlendirenler*. Pınar Yay. İstanbul.
- SINGER G. D., SINGER L. J. (1998). *Çocuklarda Yaratıcılığın Gelişimi*. Gendaş Yay. İstanbul.
- YILDIZ, H. (2007). "Homo Sapiens'in Boş Zamanı- Homo Ludens'in Sanal Kariyeri", *Folklor ve Edebiyat Dergisi*, 57-70.

1. TÜRKİYE
ÇOCUK VE MEDYA
KONGRESİ
ÇOCUK BİLDİRİSİ



4. Medyada engelli ve farklı kültürlere sahip arkadaşlarımıza duyarlı içerikler oluşturulmalıdır.

5. Yayınlarda çocukların haklarının korunmasını istiyoruz. Televizyonlarda yaşımıza uygun olmayan programlar istemiyoruz. Yayınların eğitici ve öğretici olmalarını istiyoruz.



KÜLTÜREL EKME KURAMI BAĞLAMINDA TÜRKİYE ÜRETİMİ ÇİZGİ FİLMLER ve ÇOCUK BİLİNCİNİN İNŞASI

Yrd. Doç. Dr. Esra İ. KELOĞLU İŞLER

ÖZET

Bu çalışmada, Gerbner'in ekme kuramı bağlamında yerli üretim çizgi filmlerde ekilmeye çalışılan sosyo-kültürel değerler ele alınmıştır. Çocuk kanallarında yayınlanan yerli ve yabancı çizgi filmler karşılaştırıldığında, dikkat çekici bir şekilde yerli çizgi filmlerin farklı temalara sahip olduğu görülmektedir. Makalede, seçilen üç yerli yapım çizgi film, *Pepee*, *Canım Kardeşim*, *Biz İkimiz*'in bir aylık zaman zarfı içindeki (Kasım 2013) yayınları incelenmiştir. İzlenen çizgi filmlerin temel fikirlerinin ve temalarının belirlenmesi amacıyla içerik analizi yapılmıştır. Tanımlayıcı seviyede bir analiz yapabilmek için bu yöntem seçilmiştir. "Ne söylendiği ve söylenenin doğasının ne olduğu" üzerinde durulurken Gerbner'in ekme tezi kuramı yaklaşımıyla değerlendirmeler yapılmıştır. Araştırmanın temel varsayımı yerli üretim çizgi filmlerin kültürel inşada önemli bir rol oynadığıdır. Küresel olarak yayınlanan çizgi filmlerde, kültürel inşada, evrensel insani değerlere odaklanmaktadır. Ancak yerli üretim çizgi filmlerde yoğun olarak yerel kültür ekilmeye çalışılmaktadır. Bununla bağlantılı alt varsayım ise, apaçık görünen kültürel aktarımın yanı sıra örtük olarak da mal/ürün satmayı destekleyici promosyonel unsurlarla çocuk bilinci tüketime yönlendirilmesidir. Böylece çizgi filmler aracılığıyla çocuklar sorgulamaksızın tüketici olarak piyasa ilişkileri ile bütünleşmektedirler.

Anahtar Kelimeler: Türkiye Üretimi Çizgi Filmler, Gerbner: Kültürel Ekme, Tüketim, *Pepee*, *Canım Kardeşim*, *Biz İkimiz*.

GİRİŞ

Çocuğun medyayla ilişkisi üzerine sihirli kutunun ortaya çıkışından bugüne sayısız araştırma yapılarak pek çok söz söylenmiştir. Özellikle etki ve şiddet konuları sıklıkla işlenmesine rağmen, çocuk bilincinin kolayca etki altına alınmasını önlemek, hala *a priori* sorun olarak ortada durmaktadır. Bu sorunu tanımlamak için çok sayıda neden-sonuç ilişkisi kurmak mümkündür. Bu çalışmanın hareket noktası olan sorun, bir ikilemi sorgulayarak ilerlemiştir. Kitle kültürünün entegre parçası olan ebeveyn, bazen bilinçli bazen bilinçsiz olarak televizyonu (ve çizgi film içeriğini) işlevsel bir “dada” olarak kullanmaktadır. Ebeveynler “yapması gereken işleri” yaparken, televizyon, çocukla ilgilenme işini üstlenerek zaman kazandırmaktadır. Aynı zamanda çocuk bilincini *tabula rasa*’ yı işler gibi şekillendirmektedir ve toplumun kurallarını, işleyişini, kültürünü de aktarmaktadır. O halde, çizgi filmlerin çocuklara, içinde bulunduğu kültürel çevrelerin kodlarını açmalarını/çözmelerini sağlayacak bilinçli ve kasıtlı olarak oluşturulmuş referans çerçeveleri sundukları, dolayısıyla çocuk için ilksel bir öğretmen görevi üstlendiği varsayılmıştır. Ancak sorun, bu öğretmenin, bütün diğer kitle iletişim araçları gibi ticari olmasından kaynaklanmaktadır. Aynı zamanda da endüstri ile sıkı bağlar içindedir. Gerbner’in ekme kuramı çocuklara bilinç ekmede hala geçerliliğini korumaktadır: “*İnsanlar, kendi anlattıkları hikayeler üzerinde yükselen bir hayata sahip olan tek türdür. Hikaye anlatma; el hüneriyle, kendisi tarafından yapılmış ama ilhamını topluluktan alan bir süreç olagelmıştır. Günümüzdeyse karmaşık bir üretim ve pazarlama aşamasıyla sonuçlanmaktadır*” (1998:175). Televizyon ve çizgi film içeriğinin çocuklarla ilişkisini betimlemeye yönelik soruları cevaplamaya çalışırken, buna bağlı olarak başka sorular ortaya çıkmaktadır: Henüz öğrendiklerini değerlendirmeye dair referans çerçevelerini geliştirmemiş çocuklara yönelik kültürel bilinç ekme nasıl gerçekleşmektedir? Çocuklara yönelik kültürel bilinç ekme ile ticari pazarlama ve promosyon arasındaki ilişki nedir? En genç tüketici grubu olarak da tanımlanabilecek çocukların, medya tarafından manipüle edilmesi nasıl gerçekleşmektedir?

Çalışmanın öncelikli amacı yerli üretim çizgi filmlerin temalarını inceleyerek inşa edilen kültürel öğeleri tespit etmektir. Bu saptamanın gerçekleştirilebilmesi için içerik analizi yapılarak, yerli üretim çocuk çizgi filmlerinin mesajlarıyla/temalarıyla neleri kültürel olarak yeniden-ürettiği belirlenme yoluna gidilmiştir. Seçilen üç çizgi filmin (*Pepee, Canım Kardeşim, Biz İkimiz,*) ortak özelliği yerli üretim çizgi filmler olmaları, küresel sektörü değil sadece Türkiye çocuklarını hedeflemeleridir. Bu çizgi filmler devlet televizyonunun çocuk kanalının siparişi ile özel şirketlere yaptırılmıştır ve talebi oluşturan şartlara da haizdirler: Şiddet

içermemek, öğretici içerik sunmak, Türkçe'yi iyi kullanmak ve belirlenmiş çocuk yaşındaki hedef kitleye hitap etmek¹.

Çalışma, yerli çizgi filmler konusunda son derece az sayıdaki niceliksel/niteliksel araştırmaların olduğu bir alanda içeriğe ilişkin sorgulamalar sunmasından dolayı önemlidir. Ayrıca, gelecekteki araştırmacılar için de, başka soruları sormaya yol açması ve bu sınırlı çalışılmış alanda akademik bilgi birikimine katkıda bulunması amaçlanmaktadır. Türkiye'de çizgi film üretiminin ilk örnekleri, seksenlerin sonunda kamu kurumlarının teşvikiyle ortaya çıkmıştır (Aktan, 1995). Konuyla ilgili henüz yeterince araştırma birikmemiştir. Çizgi filmler, popüler kültürün taşındığı ve aktarıldığı önemli televizyon içeriklerindedir. Türkiye'deki çizgi film sektörünün gelişmesine bakıldığında, ilk örneklerin, milli kültürü aktarmak üzere tasarlandıkları görülmektedir. Seksenlerde çekingene bir başlangıç yapan Türkiye çizgi film sektörü, kısa bir zaman içinde giderek kültürelleşmiş, paralel olarak da ticari alanını genişletmiştir. Yerel üretim çizgi filmler yoluyla çocuk bilincinin endüstriyel yapıyla hızla bütünleşecek şekilde kültürel ekmeyle karşı karşıya kalmıştır. Güngör'ün de belirttiği gibi *"Halkın popüler kültürü, kendi yaşam pratikleri içerisinde doğmuş ortak paylaşımlı kültürdür. Televizyonun popüler kültürü ise toplumdaki yaygın kültürel göstergeler kullanılmakla birlikte, televizyonun kitlesel ortamında üretilen ve sunulan ticari kültürdür. İnsanların kendi gerçeklikleriyle ilişkisi olmayan yapay bir kültürdür"* (2011: 97). *Pepee* gibi çizgi filmlerde, yeni ve kuvvetli ticari ilişkileri yansıtan bir milli kültür yeniden çevrime sunulmaktadır. İçeriğinde kullanılan dil ve söylemler, halkın kendi yaşamsal pratiklerinden yola çıkarsa da, *status quo* ile kabul edilmiş ve desteklenmiş "kültür"ü yeniden fakat manipüle ederek üretmeyi amaçlar. Baudrillard, kültürün yeniden çevrimi için belirli bir örgütlenme ilkesi dahilinde tüm "kitle" kültürünün yönetildiğini söylemiştir. Buna göre kitle kültürünü içselleştirmiş olan herkes hatta en "kültürlüler" bile bundan muaf değildir ve *"kültür değil kültürel yeniden çevrim hakkına sahiptir"*. Baudrillard, kültürü, kültür varlığı olarak miras yoluyla devralınan ortak eser, düşünce ve gelenekler ve kültürün teorik boyutu olarak ikiye ayırmaktadır (2010:123). Araştırmacılar, genellikle küresel çizgi filmlerin hangi markalarla bağlantılı olduğunu, ticari ve içeriksel bağlantılarını, eğitimsel işlevlerini değerlendirme eğiliminde olmalarına rağmen kültürel olarak üretilip ticari olarak tüketilen çizgi film içeriğinin doğasının genellikle sorgulanmamaktadır. Bu makalede amaçlanan kültürel olarak üretilen içeriksel temaların neler olduğunun sorgulanmasıdır.

Makalenin konusuyla ilgili incelemeler 2 temel gruba ayrılarak incelenmiştir. Birinci grupta kitle kültürüyle ve popüler kültürle ilgili klasik niteliksel/kültürel araştırmalar vardır. Gerbner, Kellner, Mattelard, Dorfman, Erdoğan, Güngör gibi araştırmacılar, kitle kültürünü oluşturan sosyal yapılara tarihsel bakarak değerlendirmeler yapmışlardır. İkinci gruptaki araştırmacılar daha çok birinci grupta-

¹ Bu şartlar yapılan inceleme sonucunda ortaya çıkan ortak noktalardır, TRT den alınan bir bilgi değildir.

kilerin ele aldığı konulardaki kitle kültürü, televizyon ve çizgi filmleri piyasa ilişkileri içinde değerlendiren mikro problemlere yoğunlaşmışlardır.

Yazıda incelenen yerel üretim çizgi filmler, kültürel ekme kuramı ve eleştirileri bağlamında değerlendirilmiştir ve orta sınıf bilincine Gerbner'in tarif ettiği şekilde, kabul edilebilir bir "milli" kitle kültürünü ekme faaliyetinin hala geçerli olup olmadığı irdelenmiştir. Güngör'ün aktardığı gibi; "Gerbner'in ekme kuramına göre televizyon aracılığıyla insanlarda birtakım gereksinimler yaratılır ve sonra da bunların karşılanması için onlara birtakım formüller sunulur. Bu da insanların giderek kendi gerçek yaşamlarıyla kurdukları ilişkilerin zayıflaması, gerçek dünyadaki ilişkilerinin yerine televizyonla ilişkiyi koymaları sürecini getirmektedir. Giderek televizyonun simgesel ilişki dünyası, insanların da içerisinde yer almaya eğilimli hale geldikleri bir ilişki ve etkileşim ortamı haline geçer. Yaratılan bu simgesel dünyayı denetlemek ise insanların gerçek dünyasını denetlemekten çok daha kolaydır. Bu simgesel dünya içerisinde birtakım gereksinimler yaratılması, onlara ilişkin doyum formülleri sunulması, insanların gerçek yaşamındaki belirli konulardan, örneğin, çatışma ve uzlaşma ortamlarından uzak tutulmaları özellikle de toplumun egemen güçlerine büyük avantaj sağlar (Gerbner, 1995:144, aktaran Güngör). Yerel çizgi filmlerin incelenmesi sonucunda belirli temaların çocukların öğrenme pratiklerine uygun bir şekilde sık sık tekrar ettiği ve böylece çocuk bilincine hükmetme amacındaki denetimsel bir mekanizmanın varlığı sorgulanmıştır.

Çalışmada analiz yöntemi olarak, niteliksel içerik çözümlemesi kullanılmıştır. *Pepee, Canım Kardeşim, Biz İkimiz* isimli üç yerel üretim çizgi film seçilmiş ve Kasım 2013 ayının kayıtları RTÜK'den sağlanmıştır². Çizgi filmlerin söylemsel analizi yapılarak tekrar eden temalar üzerinde durulmuştur. Söz konusu seriler, birbirini takip etmeyen konulardan oluştuğu için tamamını izlemek gerekli değildir. Tesadüfen alınmış herhangi bir aylık inceleme tematik şemanın ortaya çıkması için yeterli bir örneklem sunmaktadır. Seyredilen çizgi film bölümlerinden parçalar koymak veya çizgi filmleri anlatmak araştırma sorununu ortaya koymak bakımından anlamsızdır, ayrıca metodolojik olarak da uygun değildir. Bunun yerine konuyla ilgili önemli örnekler ele alınarak belirli tekrarlayan temalar üzerinde durulmuştur.

ANALİZ

Çizgi Filmler ve Genel Özellikleri

Pepee, Ayşe Şule Bilgiç Kıraç ve Ali Tufan Kıraç'ın sahibi oldukları Düşyeri Yapım/Çizgi Film Stüdyosu tarafından "Türkiye'nin ilk milli kahramanı olarak"³ sıfatıyla yaratıldı ve 2008 de yayınlanmaya başladı. Okula gitmeyen ufak bir çocuğun

² Çizgi filmlerin kayıtlarını sağlamada RTÜK çalışanı Hasan Göçmen'e verdiği teknik destek için teşekkür ederim.

³ Bu nitelikleme Düşyeri Yapım'ın kendi sitesinden alınmıştır. <http://www.dusyeri.com.tr/index.php?p=studyo>

günlük hayatından kesitler sunmaktadır. *Pepee*, ilaç, tekstil, oyuncak gibi pek çok lisanslı ürüne sahip olması özelliği ve lisans haklarının dünyadaki standartlarla aynı şekilde yönetilmesiyle dikkat çekmektedir. Medyada, “Pepee’nin annesi” olarak anılan Ayşe Şule Bilgiç bir röportajında⁴ hedef kitle olarak 3-6 yaş arası çocukların bulunduğunu ve her zaman bir Türk karakteri yaratmak hayalini taşıdığını söylemiştir. 2009 yılında yayınlanmaya başlayan *Pepee*, 2013 yılının sonuna geldiğinde İspanyol yapımı *Pocoyo*’yu taklit ettiği ileri sürülerek dava edilmiş⁵ ve yeni bölümlerinin çekimi durdurulmuştur. *Pepee*’den farklı olarak *Pocoyo*’da İspanyol kültürün sunumu bulunmamaktadır. Ancak karakterlerde renklerin seçiminden hikayelerin anlatımı ve sunumuna kadar bir esinlenme dikkat çekmektedir.

Canım Kardeşim, Portakal Animasyon şirketi tarafından karikatürist Murat Kürüz öncülüğünde bir ekip tarafından üretilmektedir. Murat Kürüz, *Gırgır*, *Fırt* gibi mizah dergilerinde ve *Sabah* gazetesinde çizmiş bir karikatürist olarak Portakal Animasyon’un web sitesinde⁶ “çizecek doğru dürüst dergi kalmadığı ve televizyonun da artık tat vermediğini” belirterek çizgi filme yönelmeye karar verdiğini anlatmaktadır. *Canım Kardeşim*’in piyasada *Pepee*’ninki gibi lisanslı ürünleri bulunmamaktadır. Çizgi filmin konusu iki kız kardeşin aileleriyle yaşamıdır, bu yaşam herkese tanıdık gelecek biçimde orta sınıf Türkiye ailesine aittir. Bu yapımda da, bilinç/kültür ekme bağlamında, *Pepee*’ye benzer şekilde kültürel öğeler öne çıkmaktadır. Kürüz’ün verdiği röportajda⁷ bu durum açıkça ortadır: “Çizgi filmin çocuklar üzerindeki etkisini tartışmaya gerek yok.(...) TRT Çocuk bu konuda çok hassas. En ufak cümle ve tanımlamaya çok dikkat etmemiz gerekiyor. Bu projeyi oluştururken bir takım temel esaslar üzerinde duruyoruz, amacımız bağımlı yapmak değil, bir yandan onları bilgilendirirken bir yandan da hayal dünyalarında yer etmeye çalışıyoruz. Çocukları eğitirken belli bir takım kriterler var, biz bunlara dikkat ediyoruz ama TRT’nin deneyimli kadroları tarafından da denetleniyor. Ama biz Türk geleneklerine göre hareket ettiğimiz için bu konuda çok dikkatli ve titiziz.” Görüldüğü üzere, çizgi filmin daha üretim süresi sırasında belirlenmiş kodlar bulunmaktadır. Bu kodların, ideal milli ailenin sunumu, şiddet içermemesi, mutlaka okul öncesi temel kavramlar ve milli değerlere ilişkin bir eğitim verilmesi, kültürel değerlerin yeniden çevrimi ve dilin doğru kullanılması olduğu varsayılmaktadır.

Biz İkimiz ise Siyahmartı Reklam ve Animasyon Şirketi tarafından üretilen bir çizgi filmidir. Şirketin TRT çocuk kanalı için ürettiği başka çizgi filmlerde bulunmaktadır. Bu çizgi filmde Arda ve Ceren isimli ikiz kardeşler, arkadaşları kitap

⁴ Bilgiler, <http://www.gundemantalya.com/haber/Pepe-nin-annesi-Ayşe-Sule-Bilgiç-/391771> isimli web sitesinde bulunan Deniz Karabudak’ın röportajından alınmıştır.

⁵ 6 Mayıs 2013 tarihli Milliyet gazetesini. <http://gundem.milliyet.com.tr/pocoyo-pepee-ye-dava-acti/gundem/detay/1704446/default.htm>

⁶ <http://www.portakalanimation.com/#/Hakkimizda>

⁷ Bilgiler <http://banunundunyasi.com/?p=2441> isimli web sitesindeki röportajdan alınmıştır.

ile, harfleri ve matematiği öğrenmektedir. *Biz İkimiz* de, *Canım Kardeşim* gibi kendi lisanslı ürünlerine sahip değildir. Biraz daha büyük çocuk grubunu konu alsa da hedef grup yine okul öncesidir. Bu çizgi film de, diğerleri gibi eğitici olmak eğilimindedir. Yine ilk ikisi gibi Türkiye çocuğunun aile içindeki yaşantısı kültürel öğelerle harmanlanarak sunulmaktadır.

Bu üç çizgi film de, okul öncesi veya okula yeni başlamış çocuklara hitap etmektedir ve “eğitici” olma iddiası kültürel değerleri de ileterek taşımaktadır. Televizyonda yayınlanan, sonrasında dijital olarak sosyal medya paylaşım sitelerinde yer alan bu hikayelerin “ne anlattığı”, neleri normalleştirdiği, neleri dışarıda bıraktığı çok önemlidir. Hitap ettikleri kesim (çocuklar) medyayı eleştirel okuyacak/değerlendirecek bilişsel seviyeye ulaşmadığı için sunulanı, doğrudan kabul ederek içselleştirmektedir. Bu durum yeni bir olgu değildir. İnsana ilişkin hikaye, masal ve efsanelerin sözlü kültürle aktarılması geleneğinde matbaa ile gelen kırılma sonrasında kitle kültürü ve kitlesel hikaye ortaya çıkmıştır. Günümüzde televizyondan anlatılan çocuk hikayeleri de kitleye yönelik oluşturulan kültürel ve sosyal aktarımla uyumsallaşmaktadır. Süreç, sözlü kültürden yazılı kültüre geçişin ardından ironik olarak televizyon yoluyla yeniden sözelleşmesiyle döngüsel bir yapıyı işletmektedir. O halde kısaca merkezileşmiş hikayelerin kültürel ve arka planını bakmak gereklidir.

Merkezileşmiş Hikayelerin Sosyo-Kültürel Arka Planı ve Çizgi Filmler

Grimm kardeşler, A. Andersen gibi *Okur-yazar Cumhuriyeti*⁸ üyelerinin, halk kültürüne ait masalları derleyip yazılı hale getirmesi, çocuk öykülerinin merkezileşmesinde dönüm noktasıydı. Günümüzde çocuklar okuma yazma öğrenmeden önce öyküleri/masalları televizyon yoluyla öğrenmektedir. Dolayısıyla Gerbner’in (1982) televizyona dair “merkezileşmiş hikaye anlatma sistemi” nitelemesi halen geçerliliğini korumaktadır. Hatta hikaye anlatımı yoluyla, çocuk, medya aracılığıyla kitle toplumuna dahil edilmektedir ve bu erken topluma bağlanma için önkoşul merkezileşmiş hikayelerin en kısa sürede öğrenilmesidir. Konuyla ilgili Gerbner’in gerekçesi şu şekildedir: “Hızlı baskı ve kitle ulaşımı yeni bir bilinç biçimi yarattı; Modern kitle toplumu. Modern kitle toplumunu oluşturan halklar, şeylerin nasıl işledikleri, ne oldukları ve ne olabileceklerine dair ortak bir bilinci paylaşan birbirine gevşek bağlarla bağlanmış insan yığınlarıdır. Ancak hiçbir zaman yüz yüze karşılaşmazlar, bu artık mümkün değildir.” (1998:116-117). O halde yerli üretim çizgi filmlerin de halkın popüler kültürel değerlerini iletmesi ve belirli konuları vurgu yapması kitle iletişiminin doğasından kaynaklanan olağan bir durumdur. *Pepee*, *Canım Kardeşim* ve *Biz İkimiz* çizgi filmleri TRT çocuk kanalında yayınlanmaktadır ve okul ön-

⁸ République des lettres, kavramı hakkında daha ayrıntılı bilgi için bkz: Peter Burke, “Bilginin Toplumsal Tarihi”.

cesi olarak tanımlanan yaş grubuna girmektedirler. *Pepee* her gün 07.30 ve 17.20 de yayınlanırken⁹, *Canım Kardeşim* her gün 08.55, 13.10 ve 17.45'te yayınlanmakta¹⁰, *Biz İkimiz*, haftaiçi 10.00 da yayınlanmaktadır¹¹. Dikkat edilirse, yayınlanma saatlerinin frekansı oldukça sıktır. Okul öncesi çocukların uyandıkları saatten yeniden uyudukları zamana kadar bütün vakitlerinde yayınları izleyebilmeleri sağlanmıştır. Gerbner'e göre "Çocuklar, hikayelerin kitle tarafından üretildiği evlere doğuyorlar ve bir haftadaki her günde ortalama yedi saat bu hikayelere erişiyorlar. Uyanık kalınan süre ve hatta rüyalar bu hikayelerle dolduruluyor. (...) Öyküler, uzakta öbeklenmiş ve satacak bir şeyleri olan ufak bir topluluktan geliyor. "Devlet" seçilmiş halk hükümetiyle, seçilmiş özel sektör hükümetinden oluşan ikiz bir kurumun bizatihi kendisidir ki, iktidarını ekonomik alanda yürütür. Medya ise onun kültürel koludur"(1998:176).Okul öncesi gruba ait bu yerli üretim çizgi filmlerde, yoğun bir kültürel ekme söz konusudur. Medyada yayınlanan bütün içeriklerde, aynı kültürel ekme olsa bile, çocuk yayınlarında durum, daha belirgin hale gelmektedir. *Pepee*, Türkiye toplumunun folklorik öğelerini, Trakya karşılaşması oynayarak, halay çekerek¹² öğretmekte ve yinelenmektedir. *Pepee*, halaya katılanları tek tek saymaktadır çünkü belirlenmiş kodlara göre programın öğretici olması gerekmektedir. Ya da "davul zurnanın halayın vazgeçilmez müzik aletleri" olduğunu söyleyerek bir kez daha kültürün iletimini çocuğa yönelik gerçekleştirmektedir. Programın yapımcısı ve dış ses karakteri "Şuşu" yu seslendiren Ayşe Şule Bilgiç, katıldığı bir televizyon programında¹³ "ben halk oyunlarını programa koymak istediğimde herkes bana karşı çıktı ama ben yine de koydum" diyerek kültürel öğe ekleme faaliyetini kendisinin icat ettiğini naifçe ileri sürmektedir. Çizgi filmin tutundurulmasını izleyen dönemde Ayşe Şule Bilgiç'in sesine ve şarkı söylemesine ilişkin eleştirilerin¹⁴ ardından *Pepee*'nin yan ürünü *Pepee Şarkılar* programı ortaya çıkmış ve yayın akışında yerini almıştır. Erdoğan'a göre "Çocuk televizyonu da en az diğer kanallar kadar ticaridir, özellikle en çok izlenen içerikler özel firmalar tarafından sipariş edilmiş, izlenme oranı arttıkça kendine ait dergilere, oyuncaklara, kahramanının simgelediği tüm ürünlerin reklamını yapan bir çocuk eğlencesine dönüşmüştür." Sürekli olarak yayınlanan bu program, piyasa ilişkileri ile de dikkat çekicidir. Yayının reklam arasında anlaşmalı markaların ürettiği malların sunumları yoğun olarak yapılmaktadır. Örneğin, bir ilaç firmasının *Pepee*'nin adıyla ürettiği balık yağı, *Pepee*'li dış macunu, *Pepee* resimleri ve adıyla süslenmiş çikolatalı süt... Bu ticarileşmiş sunum sadece Türkiye televizyonuna özgü bir durum değildir. Amerika'da

⁹ <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=25>

¹⁰ <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=87>

¹¹ <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=47>

¹² *Pepee*, Zulu'nun doğumgünü halayı isimli bölüm

¹³ 30.11.2013 tarihinde yayınlanan Enver Aysever "Aykırı Sorular" programında konuk olmuştur.

¹⁴ Ekşi sözlük isimli sosyal paylaşım sitesinde Ayşe Şule bilgiç maddesi altında söz konusu kişinin ses tonuna ilişkin pek çok değerlendirme bulunmaktadır. <https://eksisozluk.com/ayse-sule-bilgic--764918?p=9>

benzer örnekler geçmişte yaşanmıştır. Stauber'ın (1995) örneği hatırlanacak olursa, Ketchum PR halkla ilişkiler şirketinin seksenli yıllarda müşterisi olan CALRAB (Kaliforniya Kuru Üzüm Danışma Kurulu-California Raisin Advisory Board) için yürüttüğü kampanyadakine benzeyen bir uygulanma söz konusudur. Halkla İlişkiler firması çocukların üzüm suyu içmelerini teşvik etmek için "Kaliforniya Danseden Kuru Üzümleri" (California Dancing Raisins) isimli çizgi reklam filminin televizyonda popüler olmasından sonra, çeşitli alışveriş merkezlerinde, dans eden üzümler grubunun gösterilerini düzenlenmiştir. Buna paralel olarak, Pepe'nin de alışveriş merkezlerinde çocuklara halay öğrettiği¹⁵, oyun ve etkinlikler düzenlediği reklam/halkla ilişkiler kampanyaları yapması, duruma somut bir örnektir. Günümüzde, ticari kanallarla yoğun bir rekabet durumunda kalan devlet televizyonunun da, programları özel şirketlere sipariş etmesiyle, çocuk bilincinin kültürel ve sosyal arka planı, ne yazık ki özel şirketlere teslim edilmiştir. Sonuç olarak, Gerbner'in belirttiği gibi "Ticari televizyon halkın elinden etkili bir şekilde soyutlanmıştır. Televizyon, halkın doğrudan katılmasından uzaklaştırılmıştır. Halkın yönetiminden korunmuş ve özel şirketlerin yönetimine bağlanmıştır. Bu yönetimi sağlayan mekanizma reklamdır. Reklam yapan firmalar televizyona müşteri çektiği, teslim ettiği, haber ve eğlence yoluyla öteki hizmetleri gördüğü için para öder." ifadesi halen geçerliliğini korumaktadır. Sungur da televizyonun, ekonomi ve siyasetin işleme için temel bir araç olduğunu söylemiş ve aynı zamanda ürettiği ideolojinin, burjuva ideolojisi olduğuna dikkat çekmiştir (2007). Görüldüğü gibi programları izleyen çocuklar, kitle kültürüyle egemen sosyal ve kültürel ortama yoğun olarak uyumsallaştırılarak aile örgütlü yapısının içinde var olan bireylerdir.

Kültürel Pratiklerin Öğretilmesi ve Pekiştirilmesinde Çizgi Filmleri Kullanmak

Türkiye'de çizgi film üretim süreciyle ilgili tarihsel gelişmelere bakıldığında yoğun bir devlet desteği olduğu görülmektedir. Aynı zamanda ortaya çıkan ilk çizgi filmler, belirli ideolojik sunumların yapılması için tasarlanmıştır¹⁶. TRT çocuk televizyonunda sunulan çizgi filmlerin, ana akım yaklaşım içerdiğinden hareketle, kültürel pratiklerin, özellikle yaşanan çağda popüler olanların öğretildiği ve pekiştirildiği bir izleme ortamı şaşırtıcı değildir. Erdoğan'ın belirttiği gibi, "Gerbner'e göre televizyon seyretme farklı grupların yaşam koşullarıyla ve dünya görüşleriyle farklı fakat uygun bir şekilde ilgilidir. Bu uygun kalıpların en genel olanları "ana akım" olarak isimlendirilir. Ana akım televizyonun ekmeğe çalıştığı genel dünya görüşü ve değerleri

¹⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=ZbF4HJIEopo>, Sakarya'da bir alışveriş merkezinde Pepe kılığında çocuklara *Çayelinden Öteye* şarkısı horon öğretilmesi videosu.

¹⁶ İlk çizgi film örneklerinden 1970 yapımı amentü gemisi, ve Türkiyede çizgifilm tarihi ve animatörler hakkında bilgi için bakınız: <http://cizgilifilm.blogspot.com/search?updated-max=2007-05-31T00:31:00-07:00&max-results=7>

olarak tanımlanır. Televizyon toplumun bütün sektörlerine girer, tekrarlanan ve yaygın kalıplar yoluyla belli bir dünya görüşünü ortaya atar; bu kalıplar organik bir şekilde birbiriyle ilişkili ve içsel olarak uyumludur.” Dolayısıyla, Pocoyo gibi uluslararası çocuk izleyiciyi hedefleyen çizgi filmlerde, evrensel kültürel unsurlar üzerinde durulmaktadır. Onun yerli taklidi *Pepee*'de ise, daha çok yerel kültürel unsurların vurgulanması doğaldır. (*Pepee*'nin jeneriğinde Türkiye bayrağından kayarak sahneye gelmesi ve bayrağın önünde poz vermesi, her kıyafetinde bir nazar boncuğu bulunması gibi).

Çizerler, düşünceleri ve kavramları anlatmak için sembollere ihtiyaç duysa da çizgi filmin içinde söz ile de desteklenen kendine ait bir anlatı sistemi ve dilden bahsetmek mümkündür. Bu dil çocuklara hitap ediyorsa, onların anlayabilecekleri şekilde sembollere dönüştürülmeleri ve anlam ifade etmeleri gereklidir. Hall'un dediği gibi: *Dil anlamları nasıl inşa eder? Dil bunu yapabilir çünkü temsili bir sistem olarak iş görmektedir. Dilde işaretleri ve sembolleri kullanırız – nasıl olursa olsun, yazılı söz, elektronik olarak üretilmiş resim, müzikal notalar, hatta nesnelere bir diğerine fikirlerimizi, tasavvurlarımızı, duygularımızı temsil etmek ya da desteklemek içindirler. Dil, kültürle temsil edilen bilgileri, fikirleri ve duyguların üzerinden aktarıldığı bir medyadır. Dil yoluyla temsil bu nedenle anlamın üretilmesi sürecinde merkezdedir (2001:1).*

Yerel kültürel öğeler, hem çok tanındıktır hem de idealleştirilmiş nitelikleri bakımındır. Demir oranını yükseltmek için pekmez yemesi arzu edilen çocuğa olumlu bir örnek oluşturmak için *Pepee*'nin kahvaltı talebi “pekmez tahinli ekmek” olarak tasarlanmıştır¹⁷. Söz konusu tasarım pekâlâ “Türk çocuğu kahvaltıda pekmez yer” kültürel klişesinin yeniden çevrimi olarak okunabilir. Başka bir bölümde *Pepee*, arkadaşı Şila ile oynarken çeşitli otları gözü bağlıyken koklamaktadır ve sıra reyhan bitkisini koklamaya geldiğinde “dağlar kızı Reyhan, Reyhan” diye şarkı söylemeye başlamaktadır¹⁸. Bu örnekte olduğu gibi, mesajların üretimi, sosyal örneklerin kültürel ve politik iktidarı içermesini de yaratması nedeniyle özel bir önem taşımaktadır. Burada işleyiş, doğru yaratılan mesajların, ortak bilinci yetiştireceği şeklindedir. Kitle iletişimiyle, endüstri devriminin kültürel göstergesi olarak mesajların kitlesel üretimi anlaşılmaktadır. Mesajlara yüklenen sosyal işlevler, mesajların kitlesel üretimi ve sembolik çevresi, sosyal ilişkiler ve iktidarda derin bir dönüşümü temsil etmektedir (Morgan, 1995:104, Akt. Özer: 2005). Elbette kültürel öğelerin medya tarafından iletilmesi sadece Türkiye'ye özgü değildir, hatta normal olmayan bir durum da değildir. UNESCO Türkiye Milli Komitesi, 17 Ekim 2003 tarihli 32. Genel Konferansı'nda Somut Olmayan Kültürel Mirasın Korunması Sözleşmesini¹⁹ kabul etmiştir. Bu sözleşmede, Somut Olmayan Kültür Mirası şu şekilde tanımlanmıştır: “toplulukların, grupların ve kimi durumlarda birey-

¹⁷ “Pepee ve altı kurbağa” isimli bölümde geçmektedir.

¹⁸ “Pepee'nin minik burnu” isimli bölümde geçmektedir.

¹⁹ <http://www.unesco.org.tr/?page=11:129:5:turkce> UNESCO resmi web sitesindeki bilgilerden derlenmiştir.

lerin, kültürel miraslarının bir parçası olarak tanımladıkları uygulamalar, temsiller, anlatımlar, bilgiler, beceriler ve bunlara ilişkin araçlar, gereçler ve kültürel mekanlar” . Yine aynı sözleşmede bunların aktarılma koşullarına da değinilmiştir: “Kuşaktan kuşağa aktarılan bu somut olmayan miras, toplulukların ve grupların çevreleriyle, doğayla ve tarihleriyle etkileşimlerine bağlı olarak, sürekli biçimde yeniden yaratılır ve bu onlara kimlik ve devamlılık duygusu verir; böylece kültürel çeşitliliğe ve insan yaratıcılığına duyulan saygıya katkıda bulunur. Sözleşme, bu alanlarda beliren mirasın araştırılmasını, derlenmesini, arşiv ve dokümantasyon merkezlerinin oluşturulmasını, müzelerinin kurulmasını, öğretim kurumlarında ders olarak okutulmasını, kitle iletişim araçlarında olumlu kültür değerleri olarak yer verilmesini ve kuşaklar arasında ortaya çıkan kopuklukları giderecek tarzda etkin biçimde değerlendirilmesini, temel amaçlar ve eylem planları arasında görmektedir”. Dolayısıyla devlete ait çocuk kanalında sözleşmenin maddelerine uyum gösterecek şekilde kültürel aktarıma yer sağlanmıştır: “Sözleşmenin 13. maddesi, somut olmayan kültürel mirasın ulusal ölçekte korunmasına işaret ederken, devlet içinde kurumlaşmaların özendirilmesini ve basın yayın organlarında somut olmayan kültürel mirasa belli bir kota ayrılmasını istemektedir. Sözleşmenin 14.maddesi, somut olmayan kültürel mirasın ilkokuldan başlayarak bütün eğitim kurumlarında ders olarak okutulmasını öngörmektedir”.

Yerli üretim çizgi filmlerde sorun, kültürün ve kültürel pratiklerin aktarımı değildir, bu kültürel aktarımdaki temsillerdedir. Temsiller nüfusun geneline yayılacak şekilde herkesi temsil edecek şekilde mi düzenlenmiştir, yoksa belirli bir temsil tipi seçilerek yinelenmekte midir? Yapılan incelemede kültürün temsilinde tek tiplendirilmiş bir sunuma rastlanmıştır. Yanı sıra tek kalıptan çıkmış tiplerin, yoğun biçimde sunulan idealleştirildiği tasarımlar yoğunluktadır ve sürekli kendini tekrar etmektedir.

Çocukluk ve Yetişkinliğe Dair Stereo Tiplerin Kullanılması

Çizgi filmlerdeki hikayelemede çoğunlukla “ideal” bir çocuğun imajı sunmaktadır. Üretimin yetişkinler tarafından yapıldığı düşünüldüğünde bu yadırganacak bir durum değildir. Dorfman ve Mattelard, “işçi gücü, çocuğun ne olduğu ya da ne olması gerektiğini tanımlamak ve ayarlamak olan yetişkinler tarafından icat edilen çizgi filmler” ifadesini kullanmışlardır. Böylece, yapılan kültürel inşanın, ne denli eski geleneklere veya bilimsel kaynaklara dayanırsa dayansın, gerçekte hikayelerde hiçbir zaman çocuk için hazırlanan geleceği tehlikeye atacak içeriklerin bulunmadığını belirtmektedirler (2006:125). Bu üç çizgi filmde de büyüklerinin sözünden çıkmayan, fazla yaramazlık yapmayan veya yaramazlık yaptığında hemen düzeltmeye çalışan ve çabucak özür dileyen çocuk temsillerinin bulunması da durumu yukarıda sunulan kuramsal anlatımı örneklemektedir. Pepee, kardeşine kendi oyuncaklarıyla oynamamasını söylediğinde ve kardeşinin hareketleriyle

dalga geçtiğinde dış ses (Şuşu) süper ego gibi devreye girerek “kardeşini sevmiyor musun?” diye sorar akabinde diğer karakterler bir olup Pepee’ye oyun oynarlar ve kardeşinden özür dilemesini sağlarlar²⁰.

Seçilen çizgi filmlerde çocuklar çoğunlukla aile ortamında buldukları için anne, baba, büyükanne ve büyükbaba stereo tipleri bulunmaktadır. Anneye ilişkin tipleme bütün çizgi filmlerde, dikkat çekici bir biçimde tekdüzedir. Sürekli olarak ev işi yapan, çocukların temizlik ve bakımından sorumlu, eğer baba kullanıyorsa araba kullanmayan, kek, pasta, börek, yemek pişiren, aile geçindirmeyen ve aile reisi babanın yanında evden sorumlu olan, kariyeri olmayan, olsa bile ne iş yaptığı bilinmeyen ortalama ve sıradan bir kadın tipinin temsili görülmektedir. Evin kedisi, annenin hazırladığı kahvaltı masasını devirdiğinde, dede “hadi çocuklar biz çekilelim de annen rahat temizlesin ortalığı” şeklinde konuşur örneğin²¹. Dede’nin konuşması toplumda anneye biçilen rolü tanımlamaktadır. *Pepee, Canım Kardeşim ve Biz İkimiz*’de anneliğin sunumunda durum değişmemektedir. *Canım Kardeşim*’de bir bölümde baba ve kızları kapıyı çalarlar ama açan olmaz, anahtarla içeri girdiklerinde ise, anne koltuğun üzerinde yorgunluktan uyuyakalmıştır “o kadar yorulmuşum ki, tüm ev, baştan başa sil, süpür derken uyuyuvermişim” der, hafiften özür diler gibi: ailesine kapı açma görevini yerine getirememiştir. Bunu üzerine ailenin iki küçük kızı rol modeli olarak aldıkları annelerine yardım etmek için işlerinin bir bölümünü acemice yapmaya çalışırlar²². Buradaki sorun aslında “anne” temsiliinin yeknesaklığıdır. Yerli üretim çizgi filmlerdeki anneler, sadece ev işi yapan, hiçbir kültürel üretimi olmayan, ailesi dışında sosyal çevresi olmayan, kariyeri olmayan varsa bile önem verilmeyen, hatta işi gidiş ve gelişleri gösterilmeyen, para kazanıp kazanmadıkları bilinmeyen, araba kullanmayan (baba varsa onun kullanması uygun), sürekli olarak çocuklarına yemek pişirip onları besleyen ve yeni çocuklar doğuran kadınlardan oluşmaktadır. Yabancı çizgi filmlerde örneğin Caillou’da anne “çocuklar siz kendiniz oynayın, ben odamda çalışacağım” diyebilmektedir. Ya da yemeği/kahvaltıyı hazırlayan baba olabilmektedir. Acaba kültürel ekme de kasıtlı olarak mı eve kapanmış ve dışarıda üretimi olmayan kadın modeli sunulması tesadüfi midir? Yoksa bilinçli midir? Anne ev işleriyle o kadar meşhurdur ki, ancak ev işlerini çocuklarıyla yaparsa onlarla vakit geçirmiş olur: *Biz İkimiz*’de anne, ikizlerden kız olan Ceren’den bir istekte bulunarak “Canım, ben hamuru çırparken bir yandan sütü dökebilir misin? Minnoşlarıma sütlaç yapıyorum” der. Neden yardım erkek çocuk’tan değil kız çocuktan istenmektedir? Cinsiyetçi rol tanımlaması sürekli tekrar etmektedir²³. Temsillerle ilgili olarak çizgi filmlerin belirli bir anlatım dili geliş-

²⁰ “Pepe kardeşini çok seviyor” isimli bölümde geçmektedir.

²¹ “Pepe dişlerini fırçalıyor” isimli bölümde geçmektedir.

²² Canım kardeşim, “annemize yardım edelim” isimli bölümde geçmektedir.

²³ Biz İkimiz “T” harfinin öğretildiği bölüm. (bu çizgi filmde bölümlerin isimleri bulunmamaktadır alfabe göre ayırım yapılmıştır.

tirdiği varsayılabilir. Hall'a göre "Kültür, anlamların paylaşılmasıdır. Dil ayrıcalıklı bir araçtır: Dilde şeyler'i algılanır, anlam üretilir ve değiş tokuş edilir. Anlamlar yalnızca dile ortak bir şekilde eriştiğimizde paylaşılır. O halde dil, anlam ve kültürün ortasındadır ve her zaman da kültürel değerler ve anlamların anahtar belleği olarak kabul edilmiştir (2001:1).

Baba tiplmesi ise yine tekdüzedir: Her üç yapımda da babalar sabah çıkıp işe giden, akşam ellerinde hediyelerle gelen, anne iş yaparken çocuklarla oynayan evdeki işlere destek vermeyen, çocukların oyunlarında bir sorun çıkarsa hemen çözen ve halleden, çocuklara bilgi veren babanın tipini üretmektedirler. *Pepee* gibi dizilerde baba yoksa onu büyükbaba temsil etmektedir. *Biz İkimiz'* de ikizler, eski bir karton kutudan uçak yaparlar. Pilot olarak uçmak isterler, ama kardeşlerden biri diğerini uçağın uçmadığını söyleyerek uyarır tam bu sırada işten gelmiş olan baba "uçağın güç kolları eksik ondan uçmuyor" diyerek uçağı kaldırıp uçurmak-tadır²⁴. Patriyarkal aile tipinde muktedir olan, aile içindeki her tür çözümün ken-disinde toplandığı "güçlü" baba temsiline dair, bu üç yapımda da bolca örnek bu-lunmaktadır.

Bir diğer ilginç örnek *Pepee*'nin büyükannesidir (Nine). Nine, genellikle dededen gizliden gizliye mütemadiyen şikayet etmektedir. Konuşurken sıklıkla *maşallah, inşal-lah, vallaha, şemşiye*²⁵, *şükür* gibi dinsel referansalar içeren kelimeler kullanmaktadır. Anne ve baba işe gittikten sonra çocukların emanet edildiği kişidir. Onun da tıpkı an-ne gibi sosyal hayatı yoktur ve kurabiye yapılması gerekiyorsa, annenin yokluğunda vekaleten devreye girmektedir²⁶. Bu nine tipi Türkiye'de geleneksel ailelerde sıklıkla karşılaşılan bir aile büyüğü tipidir. Türkiye aile yapısının nasıl olduğu ile ilgili çok sa-yıda çalışma vardır. Literatürde yaygınlıkla kullanılanlardan milli aileye ilişkin ta-nımlardan son dönemde popüler olanı Orhan Türkdoğan'ın çalışmalarıdır: "Türk aile sisteminin kader çizgisi üç uygarlık alanı oluşturur. Dünya tarihinde böyle bir aile gelişim sü-rekliliği çok nadir toplumlara nasip olmuştur. İslamiyet öncesi Türk aile yapısı, İslamiyet son-rası ve İslam kimliği içindeki Türk ailesi nihayet Batı uygarlığı alanı doğrultusunda Türk aile biçimlendirmesi olmak üzere sınıflandırılabilir. Bu ve daha sonraki destanlarda görüleceği gibi ailenin bir evrim ürünü olmadığını ana-baba ve çocuklardan ibaret çekirdek ailenin evrenselliği gerçeği hem Sümerlerde hem de Türklerde kanıtlanmış olmaktadır (2002: 585)." Bu üç ya-pımda da, yukarıdaki tanımlamaya uygun çekirdek ailenin sunumu yapılmaktadır. Toplumun en temel özelliklerinden birisi de birbirine bağlı, her sorun karşısında yar-dım eden aile örgütüdür. Türkdoğan'ın da belirttiği gibi ülkenin toplumsal yapısının en güçlü odak noktasını oluşturan, sosyal yapı dinamiklerinden en önemli kurumu olan aile sistemidir (2002:596). Bu yapı devletin resmi ideolojisi bakımından kabul

²⁴ Biz ikimiz, alfabe "E" sesinin çalışıldığı bölüm.

²⁵ Dili doğru kullanmak ilkesi olsa bile eğer muhafazakar yaşlı bir ebeveyn söz konusu ise hoşgörülü olunabiliyor ve şemsiye şemsiye yerel kullanımıyla yer alıyor.

²⁶ *Pepee*'nin beş sürprizi var, *Pepee* ve altı kurbağa, *pepee* kardeşini çok seviyor, *pepee* mavi arıyor, *bebee*'nin ilk adımları isimli bölümlerde geçmektedir.

edilmiş ve desteklenmiş yapıdır. Dolayısıyla yerel üretim çizgi filmlerde aile kavramının sıklıkla işlenmesi, tanımlanması, idealleştirilmesi yadırganmamakla beraber bilinçli olarak inşa edildiğinin de unutulmaması gerekmektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada etki ve şiddet konuları üzerinde durulmaktan bilinçli olarak kaçınılmıştır. Öncelikle, çok da eski bir geçmişe sahip olmayan yerli üretim çizgi filmlerle ilgili sorunlar tespit edilmelidir. Çizgi filmlerde, içerikler şiddetten uzak olarak tasarlanmasına rağmen toplumun kurallarını, işleyişini, kültürünü ve normatif olarak nasıl olması gerektiğini de aktardığı, bunu yaparken popüler siyasal kültüre ve statükoya uyumsallaşmanın da inşa edildiği analiz sırasında ortaya çıkmıştır. Esasen incelenen konunun sorgulanması gereken pek çok yönü bulunmaktadır ama olabildiğince tanımlanan alanda kalmaya gayret gösterilmiştir.

Ne yazık ki, çizgi filmlerin çocuklara, içinde bulunduğu kültürel çevrelerin kodlarını açmalarını/çözmelerini sağlayacak bilinçli ve kasıtlı olarak oluşturulmuş referans çerçevelerinin bazı kuşku özellikler taşıdıkları görülmüştür. Hikayenin anlatılmasında toplumsal roller tanımlanmaktadır. Ancak bu rollerin içine aldıkları kadar dışarıda bıraktıkları da sorundur. Çalışmada, yerli üretim çizgi filmlerin temalarında yoğun olarak aynı kültürel öğelerin tekrarlandığı görülmüştür. Seçilen üç yerel üretim çizgi filmde de (*Pepee, Canım Kardeşim, Biz İkimiz,*) çocuk bilincine tüketim kültürünün ekilmesi işi, uluslararası tanınmış çizgi filmlerden farklı değildir. Markalaşan yerli çizgi filmler, lisanslı ürünlerini satmak için çocukların ticarileşmiş bir çocukluk kültürüne “katılmalarını” beklemektedirler. Zaten küresel pazarda tüm dünya çocuklarına ticarileşmiş çocukluk kültürü, uzun süreden beri sunulmaktaydı. Çocuklar, aile dışında içine girdikleri ilk örgütlü yapıda (okul), televizyon aracılığıyla edindikleri bu ticarileşmiş çocukluk kültürünü bu sefer kendi aralarında yeniden üretmektedirler. Bunun yerel ürünlerle olması ya da dünyaca ünlü ürünlerle olması arasında anlamlı bir fark bulunmamaktadır. Ancak ebeveynlerin televizyonu işlevsel bir dadı olarak kullanmasıyla ailelerin çocuklarının bilinçlerinin manipüle edilmesine olanak tanımaları söz konusu olmaktadır ki bu bir sorundur.

Çizgi filmlerin popüler kültürü taşıdığı ve aktardığı bu çalışmadaki analizle somutlaşmıştır. Makalede görülmüştür ki yerel üretim çizgi filmlerle orta sınıf bilincine ait ana akımlaştırılmış “milli” kültür, yoğun olarak üretilmektedir. Türkiye’de çizgi film sektörünün seksenlerin sonunda ilk profesyonel ürünlerini vermeye başladığı ve bu ürünlerin çoğunlukla Kültür Bakanlığı, TRT gibi kamu kurumlarının teşvikiyle yapıldığı göz önünde bulundurulacak olursa ortaya çıkan ürünlerde fazlaca yerel, kültürel öğelerin bulunması anlaşılabilir bir durumdur. Ayrıca UNESCO milli komitesi tarafından Somut Olmayan Kültürel Miras’ın aktarılmasında basın ve yayın araçlarının kullanılması ve kullanıma kota ayrılması

gerektiği açıkça belirtilmiştir. Yapılan incelemede devlet televizyonuna ait çocuk kanalında, özel şirketlere yaptırılan, okul öncesi çocuklara yönelik çizgi filmlerde yoğun olarak kültürel değerlerin kullanıldığı görülmüştür. Sorun, kültürel değerlerin bilinçli olarak nüfusun tamamını temsil etmekten yoksun tek tipleştirilmiş olması sorunludur. Ayrıca, çocuk bilincinin “çocuğun gelecekte nasıl bir insan olması gerektiği” normatif varsayımından hareketle manipüle edilmesi sorunludur. Eğer ele alınan çizgi filmlerdeki gibi kadın ve erkek rolleri ev/çocuk doğurmak ve /işe gidip para kazanma olarak tanımlanıyorsa, son derece otokratiktir ve pek çok sonucun yanı sıra, zincirleme olarak bireysel özgürlüklere daha az değer verilmemesi sonucunu da getirebilir.

Dorfman ve Mattelard’ın son kertede önerdikleri şey olan “çizgi filmlerin eleştirel okuması” bu yaş grubu çocuklar için mümkün görünmemektedir. Bu yaş grubunda şekillenen bilinçlerin ise, Türkiye’de ortaöğrenim düzeyinde seçmeli ders olarak verilen “medya-okuryazarlığı” ile eleştirel bir okuma yapıp yapamayacağı, hem nicel hem de nitel olarak araştırılması gereken bir alan olarak ortaya çıkmaktadır. Sorun, medya okur-yazarlığı dersini alma aşamasına gelene kadar çoktan televizyona entegre olmuş çocuk bilincinin ilgili eleştirel okumayı gerçekleştirip gerçekleştiremeyeceğine ilişkindir.

Son Not:

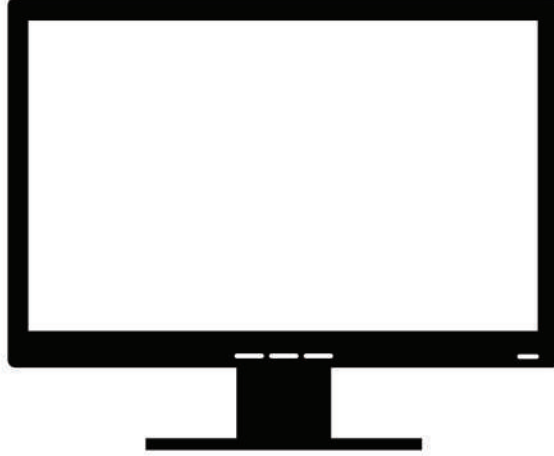
Yrd. Doç. Dr. Esra İlkay KELOĞLU İŞLER, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü.

KAYNAKÇA

- ADA AVM. (2012, 20.09). Pepee çocuklara horon tepmeyi öğretiyor. <http://www.youtube.com/watch?v=ZbF4HJIEopo> 20 Kasım 2013 tarihinde erişilmiştir.
- ATAN, U. (1995). *Animasyonun Kültür Aktarımındaki Yeri*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü: Konya.
- BAUDRILLARD, J. (2010). *Tüketim Toplumu*. İstanbul: Ayrıntı.
- BURKE, P. (2013). *Bilginin Toplumsal Tarihi*. İstanbul: Tarih Vakfı Yurt Yayınları.
- DORFMAN A., MATTLELARD A. (2006). Introduction: Instructions on How to Become a General in the Disneyland Club. Durham, M. G.& Kellner, D. M. (ed.) içinde: *Media and Cultural Studies Keyworks*. (s.122-129). UK: Blackwell Publishing.
- ERDOĞAN, İ. (1998). Gerbner'in Ekme Tezi ve Anlattığı Öyküler Üzerine bir Değerlendirme. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 1 (2) 149-180.
- GEORGE G. (1998). Cultivation Analysis: An Overview. *Mass Communication and Society*. 1:3-4, 175-194 Doi: 10.1080/15205436.1998.9677855.
- GERBNER, G. (1995). Cultural Indicators, the Analysis of Mass Mediated Public Message System. İçinde: Boyd-Barrett, O. & Newbold C. *Approaches to Media, A Reader*. (s. 144-153). London, New York,.
- GÜNGÖR, N. (2011). *İletişim Kuramlar Yaklaşımlar*. Ankara: Siyasal Yayınevi.
- HALL, S. (2001). (ed.) *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*. London, California, New Delhi: Sage Publications.
- <http://gundem.milliyet.com.tr/pocoyo-pepee-ye-dava-acti/gundem/detay/1704446/default.htm> 6 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.cizgilifilm.blogspot.com/search?updated-max=2007-05-31T00:31:00-07:00&max-results=7>. 1 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.dusyeri.com.tr/index.php?p=studyo> 17 Kasım 2013 tarihinde erişildi.
- <http://www.dusyeri.com.tr/index.php?p=studyo>. 1 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.gundemantalya.com/haber/Pepe-nin-annesi-Ayşe-Sule-Bilgiç-391771> 5 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir..
- <http://www.portakalanimation.com/#/Hakkimizda>. 6 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=25> 17 Kasım 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=47> 17 Kasım 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.trt.net.tr/trtcocuk/program.aspx?id=87> 17 Kasım 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <http://www.unesco.org.tr/?page=11:129:5:turkce> 1 Ekim 2013 tarihinde erişilmiştir.
- <https://eksisozluk.com/ayse-sule-bilgiç--764918?p=9> 10 Kasım 2013 tarihinde erişilmiştir.
- MORGAN, M. (1986). Television and Erosion of Regional Diversity. *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 30 (2): 123-39.
- MORGAN, M. (1995). The critical Contribution of George Gerbner. John A. Lent. (ed.) *A Different Road to Taken*. içinde. (s.99-117).Westview Press.
- ÖZER, Ö. (2005). Yetiştirme Kuramının Eleştiriler Bağlamında Değerlendirilmesi. *Kültür ve İletişim Dergisi*, 8(1) kış.

- STAUBER, J. C., RAPMTON, S. (1995). *Toxic Sludge is Good for you! Lies, Damn Lies and the Public Relations Industry*. Monroe,Maine: Common Courage Press.
- SUNGUR, S. (2007). Marksist Düşünce Sisteminde Kitle Kültürü ve Televizyonda Yayınlanan Çizgi Filmlerin İdeolojik İşlevlerine Bir Bakış. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* sayı: 30.
- TÜRKDOĞAN, O. (2002). *Osmanlı'dan günümüze Türk toplum yapısı*. İstanbul: Çamlıca Yayınları.

1. TÜRKİYE
ÇOCUK VE MEDYA
KONGRESİ
ÇOCUK BİLDİRİSİ



6. Özellikle televizyon programlarında çocuk istismarına karşıyız. Programların çocuk gelişimine ve psikolojisine uygun olmasını istiyoruz.

7. Medya araçlarının dilimize saygılı olmasını, dilimizin yozlaşmaması için gerekli özen ve hassasiyetin gösterilmesini istiyoruz.

KEŞFEDİLEN ÇOCUK, İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİYLE YİTİP GİDEN ÇOCUKLUK ve ÇOCUK KÜLTÜRÜ

Ebru AŞAR

ÖZET

Çocuk ve çocukluk olgusunun algılanışı farklı coğrafyalara ve farklı dönemlere göre değişkenlik göstermektedir. Her iki olgu da kimi zaman yok sayılmış, kimi zaman yetişkinlerle aynı kategoride algılanıp onların dünyasına aitmiş gibi görülmüş, kimi zaman da çok önemle üzerinde durulup masumluğunun korunması için sınırları özenle belirlenmiştir. Başka bir deyişle çocukların nasıl tasarlandığına karşıt olarak, nasıl algılandığı her zaman toplumsal ve tarihsel bir bakış açısını yansıtmaktadır.

Önceleri varlığı görmezden gelinen, fark edilince de masumiyetini, doğallığını, merakını küreselleşme, iletişim teknolojileri ve tüketim çarkının dişlilerine kaptıran çocuk/çocukluk kültürü, her geçen gün kendini yetişkinlerin dünyasına biraz daha adapte etmektedir.

Yokluk içinde büyüyen, yaratıcılıklarını, iyimserliklerini, saflıklarını, en önemlisi umutlarını kaybetmeyen, ailesiyle ve çevresiyle kolay iletişim kurabilen modern zamanların çocuklarının yerini; ekranlara ve internete bağımlı, sürekli tüketen ama hiç tatmin olmayan, ihtiyacı giderilmediğinde dünyası karararı, içine kapanık post-modern çocuklar almıştır. Günümüz post-modern dünyasında çocuklar, birçok iletişim teknolojileriyle kuşatılmışlardır. Yetişkinlerin yarattığı bilgisayar oyunlarının, filmlerinin ve reklamlarının içinde, *'tehlikeli sokaklar'* yerine *'daha güvenli'* olan evde, ekran önünde büyüyen çocuklar, birbirleriyle fazla etkileşime girmediğinden kendi çocuk kültürlerini kaybetmiştir. Evin dışında sosyalleşme ortamlarının azalıyor olması çocuğun kendini tanımasını da imkânsız hale getirmiştir. Dahası post modern dünyada ne ebeveynler çocuklarına eskisi kadar zaman ayırabilmekte ne de çocuklar yetişkinlerin deneyimlerine, bilgilerine ilgi duymaktadır. Ekran artık modern dadı, öğretmen, arkadaş, kütüphaneler dolusu kitap, yoğun çalışan anne-babayı görüntülü olarak çocuğa ulaştırarak araçtır.

Tüketim çağında medya aracılığıyla özendirilen *"büyümüş de küçülmüş"* olma hali, yetişkinlerin dünyasında da *"içinizdeki çocuğu ortaya çıkarın"* şeklinde tezahür etmektedir. Farkında olmadan, birden büyüyen çocuklar, yetişkin bireyler olunca yaşayamadıkları çocukluğu bu şekilde telafi etmektedirler.

Makalede, çocuk/çocukluk olgusunun Batı'da geçirdiği tarihsel aşamalar, medyanın ve tüketim toplumunun etkisiyle erozyona uğrayan, küreselleşen çocuk kültürü üzerinde durulmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Çocuk, Medya, Çocuk Kültürü, Yetişkin, Tüketim, Televizyon, Oyun.

ÇOCUKLUĞUN BİR KAVRAM OLARAK ORTAYA ÇIKIŞI

Ulusal yasalarca daha erken yaşta reşit sayılma hariç, 18 yaşın altındaki her insan çocuk sayılır. Rüşd yaşı kavramı, hem ülkeler arasında hem de belirli bir ülkedeki medeni hukuk, ceza hukuku, siyasal ve diğer kurallara göre değişiklik göstermektedir. Örneğin; Küba'da reşit olma yaşı 18, Bolivya'da 21'dir, Nikaragua'da 15 yaşından büyük erkek, 14 yaşından büyük kız çocukları anne babalarının izni olmadan evlenebilirler (Sandalcı, F. S., <http://www.sosyalhizmetuzmani.org/cocukhaklarishu.htm>). Yörükoğlu ise, çocukluğun, oyun ve öğrenim yıllarını kapsayan bir tüketici dönem olarak tanımlandığında bunun üst sınırınının 12 yaş da olabileceğini, 25 yaş da olabileceğini söylerken; bedensel ve zihinsel belirtilerin, ergenlik çağına ulaşması ile çocukluk dönemi sona erdiğinden bahseder (Yörükoğlu, 1989:13).

Tarihte görülen temel, egemen ve yaygın çocukluk imgeleri sürekli olarak değişmiştir. Eski çağlarda çocuğun yazgısının, annesinin yazgısına sıkı sıkıya bağlı olduğu görülmektedir. Her ikisi de kölelerden biraz daha iyi durumdadır (Kirkpatrick, 1963: 28). Örneğin Eski Mezopotamya, Yunan ve Roma'nın katı yetişkinler dünyasında, çocuklara pek yüksek statü atfedilmez; hatta çocuklar son derece barbar davranışlara maruz kalırdı (İnal, 2009: 16). Romalı baba (*Pater Familias*), çocuğunu dilediği gibi cezalandırabilir, dövebilir, alıp satabilirdi. Birçok Batı dilinde ortak olan ve *aile* anlamına gelen *familiya* (family, familia, familie) sözü köle demek olan Latince *famulus* sözünden türemiştir. *Familiya*, bir babanın kölelerinden, çoluk-çocuğundan oluşan bir topluluktan (Kirkpatrick, 1963: 28).

Orta çağların feodal toplumlarında çocuk, ayakaltında gezinen, varlıklarına kayıtsız kalınan bir varlıktı. Kilisenin "*günahkâr çocuk*" mitini yeniden ürettiği uzun yıllar içinde çocuğun, çocukluğun olduğu bile düşünülmez, bilinmezdi. Çocuğa özgü özel bir çocukluk dünyası olduğu düşüncesi ancak feodalizmin sonlarına doğru, kapitalizmin gelişmeye başladığı 15. yüzyıldan sonra ortaya çıkmıştır (İnal, 2009: 16). Burjuvazinin kendini toplumsal bir sınıf olarak ortaya koymasıyla birlikte gelişen orta sınıf çocukluk ideolojisinin temelinde, çocukların aile ve okulda yetiştirilmesi görüşü yer almaktadır. Çocuğu günah ürünü ve doğuştan kötü gören Hristiyanlık anlayışına karşı, Aydınlanma Çağı'nda, karşıt bir görüş belirlemiştir: Bu görüş, çocuğun iyi ve saf olduğudur. 1789 Fransız Devrimi sonrasında çocuklar, yurttaş olarak devletin geleceğinde önemli roller oynayacak kişiler olarak görülmeye başlamıştır (İnal, 2009: 29).

Çocuklar, yetişkinlerle öylesine aynı görülüyordu ki, çocukları tanımlayacak ayrı bir sözcükler bile yoktu. 18. yüzyıla gelinceye dek *ergenlik* ve *çocukluk* terimleri birbirine karıştırılıyordu. Çocukluk kavramı bağımlılık kavramına sarmalanmıştı; onun için de bir kimsenin çocukluktan çıkması için ekonomik bağımlılıktan çıkması gerekiyordu.(Tan, 1989: 77).

Benzer şekilde tarihçi Ludmilla Jordanova, çocukların ekonomi ile olan ilişkisinin, çocukların yetişkinliğe geçişinde anahtar rol oynadığını söylemektedir. (Akt. Buckingham, 2012: 47). Yetişkin ücret seviyesi, hane halkının tüketim gereksinimlerini karşılayacak düzeye ulaşıncaya aileler çocuklarını çalıştırmak yerine onları çalıştırdıkları fabrikalardan alınarak, okullara gönderilmeye başlamıştır. Yeni dönemde çocuğun güvenlik içinde, kendi “*çocuk dünyaları*” içinde büyümesi esastır. Yetişkin dünyasından ayrılan çocuklar, 17. yüzyıldaki yaşlılarından farklı olarak kendilerine özgü giysiler giymeye, çocuk edebiyatı okumaya başlamışlar, çocuklara özgü oyunlar oynayarak kendi toplumsal dünyalarını yaratmışlardır.

Aile ve çocukluğun değişiminde toplumsal ve tarihsel gelişmeleri belirleyici olarak kabul eden “*Medya Ekolojisi Yaklaşımı*”nın temsilcilerinden Neil Postman, çocukluk fikrinin Rönesans’ın en büyük ve belki de en insanı buluşu olduğunu söylemektedir. (Alver, 2004: 130).

Çocukluğun hiç tanınmadığı bir çağdan, hukuksal, toplumsal, eğitsel kurumlar içinde korunmaya alınan çocukluk kavramına geçiş dört asır sürmüştür. Çocuğun ayrı bir kişilik, çocukluğun da ayrı bir yaşam dönemi olarak algılanmasında; ekonominin tarımdan sanayiye kaymasının, orta sınıfın gelişmesinin, aile yapısının ve rolünün gelişmesinin, çocuk ölümlerinin azalmaya başlamasının, aile içinde duygusal bağın önem kazanmasının ayrı ayrı birer unsur olduğunun altı çizilmezdir. (Salim, 2011: 6).

Postman, çocukluğun en fazla korunduğu dönemin 1850-1950 yılları arasında olduğunu kabul etmektedir. (Akt. Alver, 2004: 132). Özellikle 18. yüzyılın sonları ve 19. yüzyıldabuharın makinalarda kullanılmasıyla başlayan dönemde yüksek enerji teknolojisinin giderek yaygınlaşması ile ortaya çıkan sanayileşme, öncelikle Batı medeniyetinde sosyal yapıda bir takım değişikliklere neden olmuştur. Teknik ve kalifiye eleman sayısının giderek artması, çalışma hayatında yapılan hukuki düzenlemeler, geliri iyi olarak sayılabilecek orta sınıfın genişlemesini sağlamıştır. Batı’da teknolojinin sağladığı yenilikler, bir yandan üretimde verimliliği arttırmış; diğer yandan da verimliliğin yarattığı refahtan çalışan kitlelerin yararlandırılması sağlanmıştır. 18.yüzyılın ailenin genç ve yaşlı kuşağının, hizmetçilerle, uşaklarla yaşadığı, özel hayatın önemsenmediği büyük evleri-kamusal ve özel hayatın da ayrışmaya başlamasıyla-; yerini “*çekirdek aile*” adı verilen yeni aile yapısına bırakmıştır. Ailede ekonomik bir değer olarak algılanan çocuk, refahın üst sınıftan alt sınıflara yayılmasıyla oluşan yeni sosyal yapıda duygusal değer kazanmaya başlamıştır.

Sonuç olarak birçok uzman 19. yüzyılın sonlarını ve 20. yüzyılın başlarını modern çocukluk olgusunun oluştuğu dönem olarak göstermiştir (Heywood, 2003: 36). 20.yüzyıl egemen çocuk paradigması ise, üç temel varsayıma dayandırılmaktadır: *İlki*, çocukların yetişkinlerden farklı olduğu veya çocukluğun özel bir biyolojik dönemi oluşturduğu, *ikincisi*, çocukluğun yetişkinliğe hazırlanması gerektiği,

üçüncüsü ise çocukların yetiştirilmesinin, geleceğe hazırlanmasının sorumluluğunun yetişkinlere ait olduğudur (Salim, 2011: 9). Çocuk, modern toplum ve ilişkiler ağı içinde çok çeşitli kurumlar tarafından zaman içinde elde edilen çeşitli bilimsel veri ve ideolojik inançlar çerçevesinde çeşitli sınıflar (*öğrenci, asker, izci, militan, vb.*) yakıştırılarak toplumsal hayatın önemli öznelerinden biri haline gelmiştir. (İnal, 2009: 30). Babanın evin geçimini sağladığı, annenin ise evin ve çocukların bakımını üstlendiği modern çekirdek ailedeki çocuk, *masum* ve yetişkin korumasına gereksinimi olan biri olarak algılanmıştır. Bu algılama hükümet, medya ve okullar tarafından kopya edilmiş ve pekiştirilmiştir (Elkind, 2000: 14).

1980 sonrası neo-liberal politikalar ve küreselleşmenin karşılıklı etkileşimleri sonucu, çocukluk ve çocuk kültürü oldukça büyük bir değişime uğramıştır: Çocukluk bağlamında küreselleşmenin ekonomik-politik boyutu, çocukların yetişkinler dünyasına aitmiş gibi görünen tanımlamalara (*çocuk işçiler, çocuk pornografisi, çocuk fuhuşu, çocuk suçluluğu, çocuk tüketiciler*) dâhil olmasıdır. Küreselleşmenin kültürel-sosyal boyutu ise; çocukların bireyselleşmesini, çocukluk fikrinin "*yetişkin çocuğa*" dönüşmesini, çocukluğun kültür emperyalizmini, popüler kültür ve tüketim kültürünün şekillenebildiğini, değişebildiğini göstermektedir (Sormaz, Yüksel, 2012: 102). Dünyanın her yerinde ağırlıklı olarak görsel medya aracılığıyla sunulan popüler kültür ürünleri (*Filmler, diziler, çizgi filmler, reklamlar, vb.*) çocukları arkadaşlarından ve yerel kültürlerinden ayırarak, yapay olarak şekillendirmektedir.

Çağdaş toplum, çocukları daha erken yaşlarda daha fazla şey yapmaya ve başarılı olmaya zorlamaktadır. Çocuklardan beklentiler artmaktadır. Çocuklar, okulda, sınavda, sanatta, sporda daha fazla başarı ortaya koymaya koşullandırılmaktadır. Artık çocuklar çocuk olmaya, oyun oynamaya, baskıdan uzak yaşamaya ne zaman bulabilmekte ne de fırsat yaratabilmektedir. Göreceli de olsa, sanki Orta Çağ'ın karanlık dönemlerinde olduğu gibi, çocukların bir anda büyümeleri ve yetişkin olmaları beklenmektedir (Salim, 2011: 11).

Post-modern ailede ise, çocuğun algılanması yeniden yaratılmıştır. Post-modern çocuk *yetkin*, hazır ve yaşamın tüm olanaklarıyla ve meydan okumalarıyla uğraşabilecek biri olarak görülür (Elkind, 2000: 16). İnal'a göre; post-modern çocuk tipi için "*tüketim*" ve "*marka*", iç içe geçen iki gerçeklik olarak birbirini beslerken "*marka*" ile "*kimlik*" arasında da doğrudan bir özdeşlik kurulmaktadır: Çocukların kimlikleri tüketim ortamlarında oluşturulurken, çocuğa verilen ödül (*Mc Donalds'da beslenme, en ileri iletişim teknolojisini satın alma, egzotik tatil, vb.*) giderek kalıplaşmakta ve küreselleşmektedir. Geleneksel ve kısmen modern çocukluğa özgü birtakım değerler (*tasarruf, aza kanaat, geleneksel değerlere bağlılık, yaşlılara saygı, vb.*) değil; harcama, piyasada yüksek toplumsal statü "*satın alma*" teşvik edilmektedir (İnal, 2009: 42). Eski dönemin *kumbaraları* çocuğu yavaş yavaş birikim ve tasarrufa çağırırken, post modern dönemin *kredi kartları* ise, çocuğu çok hızlı şekilde tüketime davet etmektedirler. Modern toplumun oluşturmaya çalıştığı "*üre-*

tici yurttaş-çocuk” yerini post modern toplumda *“tüketici küresel-çocuk”*a bırakmaktadır (İnal, 2009: 43). Post modernizm, küreselleşme ve tüketim gibi olgularla tüm değerlerin içi yavaş yavaş boşalmaktadır. Enflasyonun artınca ve paranın değeri kalmayınca, anne-babası tarafından tasarrufa teşvik amacıyla çocuğa hediye olarak alınan kumbaralar da zamanla hayatımızdan çıkmıştır. Artık cüzdanlarında rengarenk plastik kredi kartları taşıyan ebeveynlerin de zaten çocuklara verecek *metal parası* kalmamıştır.

1950’lerden itibaren gerek Kemalettin Tuğcu’nun *“yetim/öksüz çocuk arketipi”* ve gerekse 1960’ların sonlarından itibaren Yeşilçam’daki Ayşecik, Ömercik, Sezercik, Yumurcak gibi çocuk karakterleri ile post modern çocuk tipleri arasında derin farklar oluşmuştur. Tuğcu ve Yeşilçam çocuk tipleri kırılğan, duyarlı ve alabildiğine naiftirler. Günümüzün çocukları, örneğin *“Çocuklar Duymasın”*ın Havuç’u gibi tipler bencil ve ukala tavırlarıyla asi bir bilgisayar çocuğu profili sergilemektedirler. (İnal, 2009: 39-40).

Öte yandan 1970’li yıllarda tüm dünyada kullanımı yaygınlaşan *“ağlayan çocuk”* fotoğrafı, bir nevi çocuklara karşı, yetişkinlere ödevlerini hatırlatan araçtı. Televizyonun ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması ise, hemen her gün dünyanın beş kıtasındaki *“ağlayan çocuk”*ları görmemizi sağlamıştır. Kemalettin Tuğcu’nun *“yoksul çocuk”*ları ile Orhan Kemal’in *“işçi çocuk”*ları, televizyonun bize gösterdiği çocukların yanında çok daha naif kalmıştır. (Şirin, 2009, 161) Mahalledeki arkadaşlarıyla tatlı yaramazlıklar yapan, ufak şeylerle mutlu olan çocuklar gitmiş, yerine televizyonda ve arkadaşlarında her gördüğünü isteyen, hırçın, büyüklerin savaşlarında öksüz/yetim kalan çocuklar gelmiştir.

SINIRLARI KAYBOLAN ÇOCUKLUK ve YETİŞKİNLİK

Çocuk ile yetişkinin televizyonu kullanma nedenleri ve biçimleri farklı olsa da ekranda her şey herkese açıktır. Çocuk yalnızca çocuk programı izlemez, yetişkin gibi sabah televizyonu erken saatlerde açma ve kapama alışkanlığına sahiptir. Kanal değiştirme yarışından hoşlanır. Televizyonu görsel bir oyuncak gibi kullanmak günlük ilgileri arasında yer alır (Şirin, 2009: 6). Günümüzün çocukları oyunculardan, kitaplardan, gittikleri mekanlardan artık çabuk sıkılıp vazgeçer olmuştur. Televizyon da işte bu aşamada çocuğun değişken doğasına katkıda bulunur. Yüzlerce kanal arasında, renkli, hareketli görsel şovları, müzikleri, hikayeleri istediği gibi değiştirebilme özgürlüğüne sahiptir. En moda oyuncak ya da giysi gözden çıkarılabilir ama televizyon kumandası asla. Çocuk bu arada ilgisini çeken her şeye bakar. Modern ifşa aracı olan televizyon sayesinde yetişkinler dünyasının bütün sırlarını öğrenir. Yetişkinlere yönelik programları izledikçe büyüdüğü duygusuna kapılmaktan kendini alamaz. Erken olgunlaşma süreci içinde zamanla çocuk programlarını hafife alır ve onlardan uzaklaşır (Şirin, 2009: 6).

Tipografik kültürden elektronik kültüre geçilmesiyle yetişkinler dünyasına ilişkin sınırlar ortadan kalkmaya başlamış; çocukluk ile yetişkinlik arasındaki sınırlar belirsizleşmiş, tüketime yönlendirilerek ya da bir tüketim metası haline getirilerek nesneleştirilen çocukların, çocuklukları yok olmuştur. Çocuklar, her şeyi bildikleri, yetişkinlerin sahip olduklarına sahip olabildikleri ve sınırları da öğrendikleri için artık yetişkin olmanın bir anlamı kalmamıştır.(Alver, 2004: 130). Postman'a göre, günlük yaşam üzerinde televizyonun şekillendirici etkisinin artmasıyla kültürel değişim de giderek hızlanmaktadır (Postman, 2012: 100). Postman'ın "kültürel çöküş" olarak nitelendirdiği bu durum, çocukluğu da derinden etkilemiş, çocukluğun ve kitap kültürünün kaybolmasına neden olmuştur. (Akt. Alver, 2004: 135). Hızlı, renkli ve sesli akıp giden görüntülere bakmak çok daha kolaydır artık. Kitap okumak zaman, emek ve dikkati toplamak ister. Televizyon da ise bu tür zorunluluklar yoktur. Günün her saati açık kalabilir, sürekli dikkat ona yöneltilmese bile bir iki saniyelik göz atışta konu anında yakalanabilir. Televizyon, kitabın oluşturduğu entelektüel ve zihinsel birikimi kökünden kazımıştır. Günümüzün çocukları *klasikleri*, televizyona uyarlanmış dizi filmlerden öğrenmektedir artık. Renkli masal kitapları çizgi filmlere, tek tuşla bilgisayara yüklenen elektronik kitaplara, masal anlatan oyuncaklara sahneyi bırakmıştır. Kitap raflarını artık modern zamanların teknolojik oyuncakları doldurmaktadır.

Ticari Kaygılar:

Medyada erişilebilirlik olanaklarının artması ve eşitlenmesiyle birlikte iletişim ve bilgi teknolojilerini daha sıklıkla kullanan çocuk(luk) ve yetişkin(lik) kategorileri içi içe geçebilmekte hatta birbirinin yerini alabilmektedir. Bunun birçok nedeni vardır: İlk olarak şirket ve tüketim piyasaları, iki yaş devresini birbirine yaklaştırarak, birbirinin içlerinde tanımlayarak *kar oranlarını artırmak* istemektedir (İnal, 2009: 32). Bunu en belirgin şekilde çocuklar için yaratılmış gibi görünen ama onlardan fazla yetişkinlerin ilgisini çeken maket oyuncaklarda ve filmlerde görülmektedir. Örneğin senarist/yönetmen Adam Elliot'un kendi yaşadığı deneyimden esinlenerek ortaya çıkan, sıcak bir mektup arkadaşlığı hikâyesini konu alan "Mary ve Max" isimli animasyon, "*yetişkinler için animasyon*" sloganıyla gösterime girmiştir. Filmin tanıtımı da bir hayli dikkat çekicidir:

"...Sıcak olduğu kadar karanlık, karanlık olduğu kadar komik, komik olduğu kadar acıklı ve sıkıntılı bir film *Mary ve Max*. İşlediği konular kısaca şunlar: çocuk ihmali, yalnızlık, kleptomani, ihanet, otizm, depresyon, anksiyete, suçluluk duygusu, agorafobi, ölüm korkusu... Filmin hamur-animasyon olması ve öyküsü başta çocukların ilgisini çekebilecek gibi görünse de, ağır temposu ve depresif-sert konusu ile aslında çocukların hiçbir şekilde zevk almayacakları bir film olduğunu söyleyebiliriz. Filmin tümü, tüm duygusallığıyla, tüm esprileriyle, tüm atmosferi, renkleri ve temposuyla, çocukların "*keyif alamayacakları*" türden. Filmin posterinde kul-

lanulan renkler bile aslında çocuklara çekici gelen türde değil, işin karanlıklığını açıkça gözler önüne seriyor..." (Zararsız, Yetişkinler için Animasyon Filmleri).

Animasyon filmleri, çocukların seveceği kadar renkli, yetişkinlerin anlayabileceği kadar derin konulu, ünlü sanatçıların seslendireceği kadar popüler bir sektör haline gelmiştir. Walt Disney tarzı logolu ürünler artık sadece çocukları değil, yetişkinleri de hedef kitlesi haline getirmiştir. Maket oyuncaklar, çocukları vitrin önünde hayranlıkla dakikalarca tutacak kadar gerçek, *"büyüklerin oynabileceği kadar"* karmaşıktır. Tüm bu pazarlama stratejilerin ise hedefi son derece basittir: Çok satmak ve kar etmek.

"Arkadaş Gibi" İlişkiler:

İkinci olarak, yetişkinin çocuğuyla *"arkadaş gibi"* olması şeklinde bir imge söz konusudur ki, bu imgeye göre günümüzün çocukları akıllıdır, çabuk olgunlaşmaktadır ve demokratik ortamın gereği hızla bilinçlenmektedirler. Böylece çocuk ve yetişkin aynı dili konuşabilmekte, aynı ortamı paylaşabilmektedir. Çocuğuyla *"arkadaş gibi"* olmak, çocukluk ve yetişkinlik kategorilerinin özelliklerini bozmak demektir. Aynı takımı tutmak, aynı jargonu kullanmak, aynı elbiseleri giymek, vb. Bu aynılık ya da benzerlik, çocuğun çocukluğunu doğal biçimde yaşamasını engellemektedir (İnal, 2009: 32). Yetişkinle çocuk arasındaki sınırların *"arkadaşça"* kalkması sonucu yetişkinlerin çocuklar üzerindeki otoritesi de sarsılmıştır. Her şey bilindiğinden ve paylaşıldığından çocukça meraklar, hatta yaramazlıklar ve utanma duygusu zayıflamış, nezaket de yerini çok bilen çocukların ukalalığa bırakmıştır.

YENİ ve EĞLENCELİ DADI: "TELEVİZYON"

Çocukla yetişkinlik bir taraftan yaklaşırken diğer taraftan çocukluk, dünyamızdan biraz daha uzaklaşmaktadır. Yeni çocuk ise *"televizyon çocuğu"* olarak adlandırılmaktadır bu dünyada (Şirin, 2009: 8). Eskiden bilinmeyen anne-babasına, öğretmenine soran çocuklar, artık dünyayı internetten ve televizyondan keşfetmeyi tercih etmektedir. Buna bağlı olarak çocuk-ebeveyn paylaşımları da giderek azalmaktadır. Günümüzün post-modern ebeveynlerde zaman baskısı oldukça fazladır. Özellikle her iki ebeveynin çalıştığı çekirdek ya da parçalanmış ailelerde, çocukla yeteri kadar ilgilenemediği hissine kapılan anne-baba, bu açığını çocuğa abartılı maddi imkânlar sunarak gidermeye çalışmaktadır. Diğer yandan kendilerine vakit ayırabilmek için ebeveynler, çocuklarını televizyonun kontrolsüz dadılığına emanet etmekte, ailece geçirilen zamanlar azalmaktadır.

Televizyon yayınlarında çocuk merkezli yaklaşıma pek yer verilmez. Yarışmalarda bile çocuktan yetişkin becerisi, başarısı ve bilgisi beklenir. Çocuklar akıl almaz bir hızla yetişkinler dünyasına doğru hareket ederken çocukluklarını tüke-

tirler; çoğu bunun böyle bir sonucu olduğunu bile düşünmez (Şirin, 2009: 25). Televizyon "çocukluk" ile "yetişkinlik" arasında kesim çizgisini üç biçimde aşındırmıştır: *Birincisi* televizyonun biçimsel özelliklerini anlamak için *eğitim görmek* gerekmemektedir (Alver, 2004: 135). Enformasyonu farklılaşmış bir biçimde sunması, televizyonun eşitlikçi yaklaşımının sonucudur. Televizyon, çocuk-yetişkin, okur-yazar, okumaz-yazmaz ayrımı yapmaz (Şirin, 2009: 50). *İkinci* olarak, televizyon izleyiciden, karmaşık zihinsel ve davranışsal tepki göstermesini istemektedir (Alver, 2004: 135). Postman, iyi bir televizyon programının amacının düşünmeyi değil, alkış almayı sağlamak olduğunu söyler (Postman, 2012: 105). Ona göre düşünmek, bir temsil sanatı değildir; oysa televizyon bir temsil sanatıdır. *Üçüncüsü* televizyon, izleyicileri arasında ayrım yapmamaktadır, böylece televizyon, sürekli ileti aktararak yetişkinler tarafından sınırlandırılan yaşam deneyimlerini çocuklara açmıştır (Alver, 2004: 135). Öte yandan çocuk, televizyonun yetişkinler imparatorluğunun büyük medyası olduğunu bilmez. Yanılgının nedeni şudur: Çocuk ve yetişkin, televizyona kolayca ulaşır. Televizyonun yaş, eğitim düzeyi ve hiyerarşi aramayan serbest girişe açık bir iletişim aracı olduğu ekranına yazılmaz (Şirin, 2009: 10).

DEĞİŞEN GİYİM KÜLTÜRÜ

Postman, günümüz modern dünyasında çocuklukla ilgili olarak, çocukların cinsel obje olarak kullanılması, çocuk suçlarının yetişkin suçlarıyla benzer hale gelmesi, giyim ve kuşamıyla yetişkinler ile benzeştiği, çocuk oyunlarının artık unutulmaya başladığı, çocukların fiziksel görüntüsünün değiştiği, çocukların yetişkin, yetişkinlerin de çocuklar gibi davranmaya başladığı tespitlerini yapmaktadır (Aktaran, Salim, 2011: 12). Amerika'da on iki ve on üç yaşındaki kız çocukları en yüksek ücretli modeller arasındadır. Bu kızlar tüm görsel iletişim araçlarındaki yayımlanan reklamlarda bilmiş ve cinsel çekiciliğe sahip yetişkinlerin kılığında giysiler içinde gayet rahat bir erotik hava içinde halka sunulmaktadır. Erasmus tarafından öne sürülen ve daha sonra 18. yüzyılda tümüyle benimsenen düşünce, yani çocuk ve yetişkinlerin farklı giyim biçimlerine gereksinim duydukları, artık günümüzde her iki kesim tarafından da kabul edilmemektedir (Postman, 1995, 13). Çocukların giydiği kendilerine has olan kıyafetler yerini küçültülmüş yetişkin giysilerine bırakmıştır. Ebeveynler çocuklarına kendi giysilerinin küçültülmüş örneklerini giydirmektedir. Çocuklar etrafta küçük adamlar ve küçük kadınlar gibi dolaşmaktadır. Nereye baksanız, yetişkinlerin ve çocukların davranış, dil, tutum ve arzularının hatta fiziksel görünümünün, giderek artan bir biçimde birbirinden ayırt edilemediği görülmektedir (Postman, 1995: 14). Çocuk kıyafetleri genellikle uzun vadeli olarak kullanılmamaktadır; kendine ait gardırobu olan, belirli bir gelir seviyesine sahip ailede yaşayan bir çocuk her gün yeni şeyler beğenmekte ve bunları almak istemektedir. Özellikle kız çocuklarının alışveriş tutkusu yetişkinleri aratmamaktadır. Öte

yandan, çocukların moda ile olan ilişkilerini daha çok çizgi film karakterleri, müzik grupları, sinema filmleri ve oyuncak karakterler belirlemektedir.

YENİDEN YARATILAN OYUN ve OYUNCAKLAR

Giyimle beraber çocuk oyunları bile giderek yok olmaktadır. Mahalle aralarındaki çocuk parkları artık yeni iletişim teknolojilerinin hâkimiyeti altında büyüyen çocuklara çekici gelmemektedir. Düşe kalka, bağıra çağıra oynanan sokak oyunları da bilgisayar oyunlarına, eğlence parklarına, alışveriş merkezlerinin oyun alanlarına teslim olmuştur. Yeni dönemin post modern çocuk tipi, yapay zeka, klonlama, robot ve uzay maceraları gibi gerçek ya da hayali temaları, animasyon ve simülasyon gibi tekniklerle öğrenip yeni dünya düzeninin gereklerine göre toplumsallaşıyor (İnal, 2009: 41).

Eskiden sokakta koşturmaktan ayakkabılar eskirken, şimdi sürekli bilgisayar oynamaktan ve televizyon seyretmekten yeni yetişen neslin gözleri bozulmuştur. Sokakta oynamanın, diğer çocuklarla etkileşime geçmenin, ağaçlara tırmanmanın bedeli, yüzü, gözü ve dizleri yaralı çocuklarken, günümüzde ise sürekli ekranın karşısında oturmaktan duruş bozukluğu olan, obez çocuklardır. Çocuklar artık hayal kurmamakta, kendileri için kurulmuş hayal dünyalarına ekrandan nüfuz etmektedirler. Somut oyun/oyuncaktan çok sanal oyunları tercih etmektedirler.

Fransız psikanalist ve sosyolog Gérard Mendel "Son Sömürge Çocuk" isimli kitabında kaybolan çocuklukla ilgili olarak; *"Endüstriyel toplumların yetişkin insanları, çocukluğun tüm belirgin niteliklerini yitirdiler: Oyun, merak, şaşırma yeteneği, oyun ve fantazi yeteneği. Artık o ruhsal ve duygusal açıdan ne yetişkin bir birey, ne de çocuktur... İlkel denilen toplumdaki insan, hiç değilse kimi kültürlerde, kendi çocukluğunun tadını çıkarıyordu-elbette tam bir gelişme olanaklarına sahip olmayan bir çocukluk- ve topluma katılma, bu çocukluğa son veriyordu."* diye belirtir (Akt. Şirin, 2009: 33).

Benzer şekilde sözlü kültürün ve çocukluğun en önemli unsurlarından olan masal/masal kitapları da yavaş yavaş yok olmaktadır. Sözlü kültürün en önemli aracı masallar yerini popüler kültürün dramatik kurgusunu görsel sembollerle aktaran televizyona bırakmıştır. Masal, çocuğu soyut dünyaya, oyun ise yeni bir eylem alanına çekerken; çocuk, görsel masal anlatısı veya oyunlaştırılmış eğlenceye dönüşen televizyonu izledikçe zihinsel olarak yaşadığı dünyanın gerçeklerinden uzaklaşma eğilimi içine girer (Şirin, 2009: 133). Okuduğu veya dinlediği masallardaki karakterler hakkında hayaller kuran çocuk, olayların gelişimine göre iyiyi ve kötüyü, doğruyu ve yanlış ayırt etmeyi öğrenir. Günümüzde yoğun iş tempoları nedeniyle anne babalar çocuklarına masal okumak için vakit bulamamaktan yaktınmaktadır. Ayrıca çizgi filmlerin ve dizilerin hayatımıza girmesiyle birlikte çocuklar masal okumak yerine bu tip programları seyretmeye ağırlık vermektedir. Dinledikleri masallarla hayal dünyaları zenginleşen çocukların yerini, büyüklerin

tasarladığı çizgi filmleri izleyen, yaratıcılıkları her geçen gün körelen çocuklar almıştır. Çocuklar “Pamuk Prenses” olmayı değil, televizyondaki çizgi filmlerdeki/dizilerdeki prenses/peri oyuncaklarını anne-babalarına nasıl aldıracaklarını hayal etmektedir. Çizgi olarak hayatlarına giren karakterler, zamanla çocuğun davranışlarını, ilişkilerini, beslenme tarzını, giyimini kısacası dünyayı algılayış biçimini etkilemektedir.

Çocuklar eskiden olduğu gibi evin dışında, sokakta oyun oynamamaktadır. Günümüzde, doğadan kopuk, elektronik oyunlar, mekân olarak da çoğunlukla evin içi kullanılmaktadır. Mahalle oyunlarının eğlencesi ve yüz yüze iletişimiyle arkadaşlık duygusuyla büyüyen çocukların yerini yalnız, odasına hapsolmuş, asosyalleşmiş çocuklar almaktadır. X kuşağı ya da Z Kuşağı gibi kavramlarla adlandırılan bu kuşağın çocukları genelde iletişim aracı olarak, internet, e-posta, fotoğraf çeken cep telefonu gibi araçları iletişim aracı olarak; sosyal paylaşım ağlarını ise sosyalleşmek için kullanmaktadır (Yılmaz, Ersoyal, 2013: 762). Geleceğin çocuğu, giderek kablolu ağlarla irili ufaklı ekranlarla bağlantılı bir kuşak olma yolundadır. Elektrikler kesildiğinde artık çocukların oyun oynayamaz hale geldikleri görülmektedir (İnal, 2009: 44).

Oyun ve oyuncak da, sadece alınıp satılan bir mala dönüşmekle kalmamış; oyun kültürü kullanılarak tüketim kültürü, yeniden ve yeniden üretilmek istenmiştir. Örgütlü dev firmalar tarafından üretilen ve tek merkezden gönderilen oyuncakları bütün çocuklar bilmekte ve onlarla oynamaktadır. Yerel ya da mahalli oyuncak tarihe karışmaktadır. Eskiden bir çocuğun oynadığı oyunun türü ya da bu oyunları çocuğun yansıması sosyal sınıfa, cinsiyete, etnik özelliklere ve şehirde veya kırsal alanda yaşıyor olmasına bağlıydı (Heywood, 2003, 136). Evde yapılan ve ticari değeri olmayan oyuncaklar bu özellikleri yansıttı. Çocuklar için değerli olan bu oyuncaklara iyi bakılırdı, oyuncakla kendi arasında bağ kuran çocuk, elindeki belki de tek oyuncak hasar gördüğünde üzülürdü. Bugün ise, çok kültürlülük yeknesaklığa doğru kaymaktadır. Kırılan oyuncak, anında telafi edilebilmektedir.

Değişen oyuncak dünyası ile ilgili olarak Ritzer; geçmişte oyuncakların, yetişkin becerisini (*bebek evleri, kaldıraç setleri*) öğreten yetişkin aletlerinin oyun versiyonları (*oyuncak çekiç*) ya da ortak donanım ilgileriyle bağıntılı (*elektrikli trenler*) olduğundan bahseder (Ritzer, 2011: 54). 1930’lardan beri çocuklar Walt Disney tarafından yaratılan ve büyük beğeni gören-*yetişkin eşyalarının oyun versiyonları olmayan*- doğrudan çocuklara hitap eden oyuncaklarla oynamaktadır. 1950’lerde Barbie ve G.I. Joe gibi oyuncaklar televizyon reklamları aracılığıyla doğrudan çocuklara pazarlanıyordu. Bugün yetişkinler birçok oyuncakla ilgili çok az şey bilirler ya da hiçbir şey bilmezler, çünkü bunlar televizyonda ya da sinemada doğrudan çocuklara pazarlanan farklı bir çocuk kültürünün parçasıdır (Ritzer, 2011: 54). Günümüzde bir çocuğa hediye almak için, oyuncak dükkanına girip raflardan

birini seçmek beyhude bir uğraş olabilir. Seçilen oyuncağın animasyon filminin ve ürünlerinin popülerliği, alınan karakterin kurgulanmış tema içeririnde güçlü, sevilen bir karakter olup olmaması, kıyafet/aksesuarlarının uygunluğu, vb. ayrıntıları bilmek paketi açacak olan çocuğun mutluluğunu ve hayal kırıklığını etkileyen unsurları belirlemektedir. Öte yandan artık her oyuncak her oyuncak mağazasında satılmamaktadır. Belirli ürünler, ürünün yaratıcısı/üreticisi şirketlerin anlaşmalı olduğu zincir mağazaların dışında satılmamaktadır.

Son Not:

Yüksek Lisans Öğrencisi Ebru AŞAR, Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi.

SONUÇ

Çocuk ve çocukluk dönemine ilişkin yapılan tanımlar, evrensel bir takım kabul-lere rağmen genel olarak toplumların gelişmişlik düzeyleri, siyasi rejimleri ve sü-regelen kültürel kodlarıyla yakından ilgilidir. Tarihte görülen temel, egemen ve yaygın çocukluk imgeleri de sürekli olarak değişmiştir. İlk çağlarda hor görülen çocuk, Aydınlanma ile fark edilmiş, değer görmeye başlamıştır.

Çocuğun fiziksel ve ruhsal olarak korumaya muhtaç doğası ile örtüşen modern dönemin çekirdek ailesi; post modernizm, küreselleşme, tüketim çağı ile erozyona uğramıştır. Babanın sağladığı imkânlarla annesinin şefkatli kolları altında büyü-yen çocuklar, günümüzün ekonomik kaygılarını, kariyer kaygısını taşıyan, fast-food yaşayan, tüketim ve teknoloji odaklı ebeveynleri olmuşlardır. Bir bakıma kendi kendine ya da televizyonun kontrolsüz dadılığında büyüyen yeni nesil ço-cukların da kendilerine yetebilmeleri, her şeyi bilmeleri beklenmektedir.

Çocukların ekran karşısında geçirdiği sürenin çok yüksek olması, günümüzde medyayı aile, mahalle, yakın çevre gibi toplumsallaşma araçlarıyla rekabet eder duruma getirmiştir. Çocuklar için televizyon etkili bir sosyal öğrenme kaynağıdır. Paylaşımın, arkadaşlığın temeli olan oyun ve oyuncak da, sadece alınıp satılan bir mala dönüşmekle kalmamış; oyun kültürü kullanılarak tüketim kültürü, yeniden ve yeniden üretilmek istenmiştir. Bu süreçte ise, yerel ve geleneksel değerler de kaybolmuş, televizyonun sunduğu hayatlara benzeyen yaşamlar, kredi kartlarının satın alma gücü, kumandadaki kanal sayısı, önem kazanmış; yetişkinlerin yıllara yayılan deneyimleri bir televizyon programına sığırılmıştır. Artık büyümek ve öğrenmek için uzun yıllar geçirmek değil, uzun saatler televizyon seyretmek yeter olmuştur. Yaşam savaşında da artık büyüklerin, çocuklara bir şeyler anlatmak için ne zamanı ne de sabrı vardır. Giyimden kitaplara, oyuncaklardan oyun mekânla-rına kadar her şey post modernleşmiş, küreselleşmiş, birbirine benzemeye başla-mış, değer kaybetmiştir.

KAYNAKÇA

- ALVER, F. (2004). "Neil Postman'ın Çocukluğun Yok Oluşu Sürecinde İletişim Teknolojisi Eleştirisinin Eleştirisi" Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 2.
- BUCKINGHAM, D., (2012). "The Material Child: Growing up in Consumer Culture", 'The making of Consumers: Theory and Research on Children's Consumption', Polity Press, Cambridge.
- ELKİND, D. (2000). "Değişen Dünyada Çocuk Yetiştirme ve Eğitim: III. Ulusal Çocuk Kültürü Kongresi Bildirileri", Ankara Üniversitesi Çocuk Kültürü Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları.
- SORMAZ, F., YÜKSEL, H. (2012, Kasım). "Değişen Çocukluk, Oyun ve Oyuncanın Endüstrileşmesi ve Tüketim Kültürü" Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi.
- HEYWOOD, C. (2003). "Baba Bana Top At!", (E. Hoşsucu, Çev.), İstanbul: Kitap Yayınevi.
- İNAL, K. (2009). "Türkiye'de Çocukluk: Nereye!", S. İ. AKÇALI (Dü.) içinde, Çocuk ve Medya. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- KARAMAN, K. (tarih yok). "Çizgi/Dizi Film Karakterlerinin Çocukların Tüketim Alışkanlıkları Üzerine Etkisi", Karadeniz-Black Sea.
- KIRKPATRICK, C. (1963). "The Family: As Process and Institution", Second Edition.
- KÜRŞAD Y., ERSOYAL, H. (2013, April). "Medyanın Değişen Çocukluğa Etkisi Konusunda Veli, Öğretmen ve Öğretmen Adaylarının Görüşleri", The Journal of Academic Social Science Studies International Journal of Social Science, 6(4).
- POSTMAN, N. (1995). "Çocukluğun Yok Oluşu", (K. İnal, Çev.), İstanbul: İmge Kitabevi.
- POSTMAN, N. (2012). "Öldüren Eğlence Televizyon", (O. Akinhay, Çev.), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- RITZER, G. (2011). "Büyüsü Bozulmuş Dünyayı Büyülemek", İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- SALİM, M. (2011). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi. "Geçmişten Günümüze Türkiye'de Çocuk Koruma Politikaları, Sosyal Hizmetler ve Çocuk Esirgeme Kurumu", Isparta.
- SANDALCI, F. S. (tarih yok), "Çocuk Hakları ve Sosyal Hizmet Mesleği", 20 Ekim 2013 tarihinde <http://www.sosyalhizmetuzmani.org/cocukhaklarishu.htm> adresinden alındı
- ŞİRİN, M. R. (2009). "Televizyon, Çocuk ve Aile", İstanbul: İz Yayıncılık.
- TAN, M. (1989). "Çağlar Boyunca Çocukluk", Ankara Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi, 22.
- YÖRÜKOĞLU, A. (1989). "Gençlik Çağı", Özgür Yayınları.
- ZARARSIZ, M., Yetişkinler için Animasyon Filmleri, <http://www.beyazperde.com/dosyalar/sinema/dosya-50043/?page=7> (Erişim: 20 Ekim 2013).

1. TÜRKİYE
ÇOCUK VE MEDYA
KONGRESİ
ÇOCUK BİLDİRİSİ



8. Medya kitap okumayı sevdirmenin olumlu sosyal yönler edinmemizin bir aracı olmalı.

9. Çocuk programlarının sadece çocuk kanallarında değil tüm medya ortamlarında yer almasını istiyoruz.



YAZILI BASINDA ÇOCUK TEMSİLLERİ: BİR BEKLEME SALONU OLARAK ÇOCUKLUK

Gülden SAYILAN
Nihan ÇEVİRGEN

ÖZET

Sosyal temsiller, bir topluluğa ait bireylerin bilinmeyi anlama ve dünyayı anlamlandırma ihtiyaçlarını karşılamak amacıyla gündelik konuşma ve eylemler esnasında birlikte yapılandırıldıkları sosyal olgulardır. Medya gerek sosyal bilginin gerekse de sosyal temsillerin oluşmasında ve yayılmasında kritik öneme sahip olduğu düşünülen alanlardan biridir. Sosyal Temsiller Kuramının bakış açısını ve metodolojisini kullanan bu araştırma, ülkemizde çocuklara ve çocukluk kavramına yönelik hakim algının ne olduğunu ortaya çıkarılmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında Türkiye’de en çok satılan dört ulusal gazetenin (Zaman, Posta, Hürriyet ve Sözcü) ocukları konu edinen haberleri 1 aylık bir süre zarfında incelenmiş; elde edilen veriler tematik içerik analizi yöntemi ile analiz edilmiştir. Analiz sonuçları ulusal basında hem çocukluk olgusuna hem de çocuklara ilişkin baskın temsillerin var olduğunu ve bu temsillerin ocuk gelişimine ve çocukluğa yönelik farklı bakış açılarıyla ilişki içerisinde olduğunu göstermiştir.

Bu araştırma ayrıca, yazılı basın organlarında çocuklarla ilgili haber yapılırken, medya çalışanlarına yönelik olarak oluşturulmuş ulusal ve uluslararası etik ilkelere tam anlamıyla uyulmadığını ortaya koymaktadır. Medyanın hem tüketicisi hem de öznesi olan çocukların medya organlarında kendilerine daha çok yer bulabilmeleri için ocuk haklarına ve etik ilkelere duyarlı bir habercilik anlayışının yerleşmesi önemli görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yazılı Basın, Sosyal Temsiller, ocukluk.

GİRİŞ

Günümüzün ayrılmaz bir parçası olan medya, hayatımızın ayrılmaz bir parçası olan çocukları, doğası gereği haber unsuru olarak kullanmaktadır. Ne var ki, çocukların toplumun temel bilgi kaynaklarından biri olan medyada yanlış temsil edildiği ya da yeterince temsil edilmediği eleştiri konusu olagelmıştır. Medyanın yapmış olduğu yayınlarda, olması gerektiğinin aksine, çocukları bilgilendirici içerikler barındırmadığı ve toplumsal sorunlara çözüm üretecek zemini hazırlamadığı da bilinmektedir (Brittle & Zint, 2003: 17-22). Tam da bu noktada, var olan eleştirilerin mahiyetini tam manasıyla idrak edebilmek için, öncelikle çocuk ve çocukluk kavramlarını açıklamanın isabetli olacağı kanaatindeyiz.

Çocukluk, genel olarak insan yaşamını oluşturan dönemlerden bir tanesi olarak görülmektedir. Oysa farklı toplumlara ve farklı tarih dönemlerine baktığımızda çocukluğa ve çocuklara bakışın farklılaştığını görmekteyiz. O halde çocukluğun toplumsal bir kavram olduğunu iddia etmek mümkündür. Örneğin, Postman çocukluk kavramının 13 ila 16. yüzyıllar arasında şekillenmeye başladığını, yaklaşık 150 yıl kadar önce de somut bir kavram olarak gündelik hayatımıza girdiğini ve “ortaya çıkarılan” bu çocuk fikrinin 16. yüzyılın belki de en önemli icatlarından biri olduğunu ileri sürmektedir. Ona göre, Rönesans ve onu takip eden dönemde ortaya çıkartılan bu tasarım, 1850-1950 yılları arasında zirve noktasına ulaşmış, bu dönemde çocukların yetişkinlerden ayrı bir sosyal dünyaları olduğu öngörüsünden hareketle çocukların kendilerine has giyim eşyalarının edebiyatlarının ve oyunlarının olması sağlanmaya çalışılmıştır (Postman, 1995). 1950’leri takip eden dönemde televizyonun ve arkasından internetin hayatımıza girmesiyle birlikte ‘elektronik çocukluk’ dönemine girilmiş ve bu dönemde çocuklar yetişkinlerle birlikte bilginin ortak kullanıcısı ve tüketici haline gelmiştir (Şirin, 2006).

Psikoloji literatüründe de çocuğa yönelik tek bir bakış açısının olduğu söylenemez. Aksine, çocuk psikolojisi alanını etkileyen 3 ana yaklaşımdan söz etmek mümkündür. Bunlar, pozitivist paradigma içinde ortaya çıkmış olan davranışçı ve bilişsel yaklaşım ile post-pozitivist bir bakış açısı sunan inşacı yaklaşımdır (Richards, 2003). Etkisini günümüzde de sürdüren ilk iki yaklaşımda (bilişsel-davranışçı yaklaşım) çocukluk masumiyeti temsil eden bir dönem, çocuk da yetişkinlerin temsil ettiği rasyonalite ile çelişen ancak içinde yetişkinlerin ortaya çıkartabileceği bir potansiyel taşıyan bir varlık, adeta yoğrulacak bir hamur ya da eğilip şekil verilecek bir fidan olarak karşımıza çıkmaktadır. Başka bir deyişle, çocuk üzerinde kendisinden ziyade yetişkinlerin iradesi olan bir varlık, çocukluk da şimdiden ziyade geleceğe yönelik çağrışımları olan bir dönemdir (Dewey, 1996). Bu bağlamda 20. yüzyıla hâkim olan çocuk paradigmasının üç temel varsayıma dayandığı iddia edilebilir. İlk olarak, çocukluğun biyolojik olarak yetişkinlikten fark-

lı bir dönemi oluşturduğu, dolayısıyla çocukların yetişkinlerden farklı olduğu düşünölmektedir. İkinci olarak, çocuk yetişkinliğe hazırlanması gereken bir varlık olarak karşımıza çıkmakta ve son olarak da çocukların geleceğe hazırlanmasının sorumluluğu yetişkinlere verilmektedir (Tan, 1989).

Üçüncü yaklaşımı oluşturan ve büyük ölçüde Bruner'in (1960) kuramına dayanan özne merkezli bilişsel inşacı model, çocukların dünyayı belli anlatılar çerçevesinde aktif olarak inşa ettiği savunulmaktadır. Eğitim de özneler ve zihinler arası refleksif ilişkileri içeren bir süreç; belli bilgi ve düşüncelerin dışsal bir denetimle kazanılmasından ve gerektiğinde hatırlanmasından ziyade kavramların ve fikirlerin anlamlandırma, gelişim ve dönüşüm aracılığı ile inşa edilmesine dayanan bir süreçtir (Edwards, Gandini, & Forman, 1993; Marlowe & Page 1998). Bu yaklaşıma göre çocuklar yetişkinlerden ayrı yollarla düşünen, masum ve kırılğan yaratıklar değil, insan düşüncesinin bütün özelliklerine sahip aktif öznelerdir (Machin & Davies, 2003).

Çocuğu aktif özneler olarak gören bu yaklaşım çocuğu yetişkinlerin korumasına muhtaç masum varlıklar olarak değil, gündelik yaşamın ve sosyal gerçekliğin bir parçası olarak kabul eder. Çocuk algısına ilişkin toplumsal ve tarihsel farklılıklara eklenen bu bakış açıları çocukluk çağına ve çocuklara çok yönlü bir bakış açısının gerekliliğini ortaya koymaktadır.

Bu araştırmada günümüz Türkiye'sinde çocukluğun ne şekilde algılandığı ve çocukluk kavramı ile çocuklara ilişkin yaygın temsillerin neler olduğu sorularına cevap aramaktadır.

Sosyal temsiller, bireylerarası iletişim esnasında gündelik dilde ortaya çıkan kavramlar, önermeler ve pratikler olarak tanımlanabilir (Moscovici, 1976; 1981). Yani bu bilgi formları içerisinde toplumsal grupların ortak inanışları, tavır ve kalıp yargılarının yanı sıra toplumun bilgi birikimine dayalı kuramlar da yer almaktadır (Moscovici, 1984). Bu kavram, önerme ve pratiklerin iki temel işlevi vardır. İlk olarak bireylerin kendilerini içinde buldukları materyal ve sosyal dünyada konumlandıklarını ve bu dünyayı anlamlandırmalarını sağlar ki bu sayede bireyler dünyadaki varlıklarını sürdürebilirler. İkinci olarak da bir toplumsal grubun üyelerine gerek birbirleriyle iletişim kurabilmeleri, gerekse de içinde buldukları anlam dünyasının ve tarihin değişik hususlarını anlamlandırmaları amacıyla kullanabilecekleri kodlar sunarlar (Moscovici, 1976).

İletişimin gerçekleşebilmesi için iletişim kuran partilerin ortak bir zeminde bir araya gelebilmesi gereklidir. Ancak bu ortak zemin oluştuktan sonra taraflar aynı şeyi tartıştıklarından emin olabilir ve iletişimi sürdürebilirler. Moscovici'ye göre sosyal temsiller bu ortak zemini oluşturan araçlardır (Galam & Moscovici, 1994). Ve aslında, bir bağlamda, sosyal temsiller bizi birbirimize bağlayan sosyal dokuyu

oluşturan araçlardır. Bu yüzden, hem bireylerin hem de toplumsal grupların deneyimlerini ve hayata ilişkin yorumlarını güçlü şekilde etkiledikleri söylenebilir.

Sosyal temsillerin temel işlevi “tanınmayan”ı tanıtmaktır. Moscovici “tanınmayan” ın, yani bireylerin ve grupların anlam dünyasına girmeyenin, bir tehdit olarak algılandığını ve huzursuzluk yarattığını, bu huzursuzluğun da ancak “tanınmayan” sosyal temsil sistemleri aracılığıyla anlam dünyasına girdikten sonra geçtiğini öne sürer (Moscovici, 1984; Wagner & Hayes, 2005). Bu anlamda sosyal temsiller yeni nesne, kişi ve olayları tanınır hale getirerek onları toplumsallaştırır ve toplumsal grupların sosyal gerçekliği inşa etmesine yardım ederler. Ancak sosyal temsiller sosyal dünyayı anlamamızı sağlayan dile dayalı araçlar (Potter & Litton, 1985), zihinsel şemalar (Potter & Wetherell, 1987) veya bilişsel yapılar (Potter & Edward, 1999) olmanın ötesinde hayati önem taşıyan araçlardır. Zira sosyal temsiller toplumda yerleşip sosyal gerçeklik halini aldıklarında toplumsal sağduyuyu üretirler ve insanlar davranışlarını adeta fiziksel gerçekliklermiş gibi benimsedikleri bu sosyal gerçekliklere göre belirlerler (Moscovici, 1984). Yani sosyal temsiller, bir toplumsal grubun üyelerinin yeni ve “tanınmayan” nesne kişi ve olayları tanınır hale getirmenin yanı sıra, ilgili toplumsal grubun üyelerinin günlük yaşantısını da belirlerler.

Sosyal temsiller toplumsal grupların yaşantısında hem sosyal bilginin inşası hem de kullanılması açısından hayati öneme sahip araçlardır. Bu anlamda bir toplumu anlayabilmek için o toplumun sosyal temsillerinin incelenmesi gerekmektedir (Moscovici, 1984). Literatürde sosyal temsil araştırmaları hem toplumsal grupların yeni ve “tanınmayan” bilgiyi ne şekilde tanınır hale getirdiklerini anlamak hem de toplumsal grupların doğasını kavrayabilmek amacıyla gerçekleştirilmişlerdir. Bilim (Bauer, Durant & Gaskell, 2012), vatandaşlık (Andreouli & Howarth, 2011), din (Wagner, Sen, Wagner, Permanadeli, & Howarth, 2012), toplumsal cinsiyet (Duveen & Lloyd, 1986), engellilik (Farr & Marková, 1995) ve insan hakları (Staerklé, Clémence, & Doise, 1999; Doise, 2001) sosyal temsil araştırmalarının gerçekleştirildiği alanlardan sadece birkaçıdır.

Gündelik konuşmalar ve medya sosyal temsillerin ortaya çıkmasında ve yayılmasında önemli olduğu düşünülen alanlardır (Moscovici, 1984). Bu yüzden, sosyal temsillerin ortaya çıkarılmasında kullanılacak yöntemler serbest gözlemin yanı sıra ana akım medya araçları (basılı ve görsel medya araçları) aracılığıyla gerçekleştirilecek incelemeler ve kişi ya da gruplarla gerçekleştirilecek görüşmelerdir (Wagner & Hayes, 2005).

Bu araştırmada, Sosyal Temsiller Kuramı'nın bakış açısı ve yöntemi kullanılarak yazılı basın organlarında günümüz Türkiye'sinde çocuklara ve çocukluk kavramına yönelik hâkim algının ortaya çıkarılması amaçlanmaktadır.

YÖNTEM

Çocuklara yönelik medya temsillerini incelemek amacıyla ülke çapında en çok satılan 4 gazete (Hürriyet, Posa, Sözcü ve Zaman) seçilmiş olup bu gazetelerde 20 Ağustos – 20 Eylül 2013 tarihleri arasında yayınlanmış olan ve çocukları konu edinen haberler derlenmiştir. İncelenen haberlerin yer aldığı zaman aralığı belirlenirken, çocuklarla ilgili haberlerin yoğunlaştığı dönemlerden biri olan eğitim-öğretim yılı başlangıç zamanını içermesine önem verilmiştir.

Derlenen toplam 346 haber, Sosyal Temsiller Kuramı çerçevesinde tematik içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. İncelenen haber metinleri ilgili gazetelerin arşivleri taranarak elde edilmiş olup, gerçekleştirilen ön okuma sonucunda konuyla ilişkili görülen haberler araştırmaya dâhil edilmiştir.

BULGULAR

Gerçekleştirilen içerik analizi sonucunda çocuklara ilişkin medya temsillerini içeren tematik bir harita oluşturulmuştur. Şema 1’de sunulmuş olan haritada görüldüğü üzere yazılı basında çocuk temsilleri 11 ana başlık halinde incelenebilir. Bu başlıklar sırasıyla Çocuk Sağlığı, Çocuk Gelişimi, Eğitim, Göçmen/Sığınmacı Çocuklar, Yetişkinlerle İlişkiler, Çocuk Hakları, Adli Olay, Yoksulluk, Çocuğa Yönelik Şiddet ve Çocuk Ölümü/ Yaralanmasıdır. Şema 1’de başlıkların ve tematik ünitelerin arasındaki bağlantılarda ilgili başlık ya da tematik üniteye kaç kez atf yapıldığı gösterilmiştir.

Çocuklara ilişkin haberlerde araştırmanın zamanlamasının da etkisiyle en popüler başlık olan Eğitim ana başlığı kendi içinde Çocuk Eğitimi (n=275), Okul (n=132), Milli Eğitim (n=31) ve Çocuk Kitapları (n=4) olarak dört başlığa ayrılabilir. Çocuk eğitimi başlığı çocukların eğitim hayatlarına ve eğitim öğretim sırasında karşılaştıkları sorunlara ilişkin haberler yer almaktadır.

Bu haberlerin oluşturduğu temalar sırasıyla “Ebeveynler çocuk eğitiminde kilit öneme sahiptir.”(n=96), “Çocukların eğitim alabilmesi için gerekli koşullar sağlanmalıdır.” (n=59), “Öğretmenler çocuk eğitiminde kilit öneme sahiptir.” (n=43), “Çocuk eğitiminde devletin tavrı çok önemli.” (n=35), “Çocuğun potansiyeli var, ortaya çıkarmalıyız.” (n=30), “Eğitim sistemi çocuğun yaratıcılığını öldürebilir.” dir (n=7).

Okul ana başlığı “Okula uyum önemlidir.” (n=49), “Çocuklar okuldan korkabilir.” (n=37), “Okul çocukların hayatında önemlidir.” (n=23) ve “Okul başarısı önemlidir.” (n=8) temalarının yanı sıra yeni eğitim öğretim yılı açılış törenlerine ilişkin haberlerin yer aldığı Der Yılı Başı (n=10) ve yeni başlayan bir uygulama olan çocuk üniversitesine ilişkin haberlerin yer aldığı Çocuk Üniversitesi (n=5) başlıklarını içermektedir.

Okul ana başlığına paralel olan “Milli Eğitim” ana başlığında ise “Milli eğitim ideolojiktir.” (n=19) ve “Türkiye’de eğitim sistemi başarısız.” (n=12) temaları yer almaktadır. Basılı medya araçlarında çocukların eğitimlerine dair kısıtlı da olsa tartışılan son konu da Çocuk Kitapları olmuştur. Bu konu hakkında yayınlanan toplan 4 haberde çocuklara okutulacak kitapların içeriğinin nasıl olması gerektiğine dair önermeler yer almıştır.

Çocuk Sağlığı ana başlığında sırasıyla Beslenme, Aktivite, Sünnet ve Çocuk Hastalıkları başlıklarının yanı sıra “Ebeveynler çocuk sağlığı konusunda kilit öneme sahiptir” ve “Öğretmenler çocuk sağlığına kafa yormalıdır” temaları yer almaktadır. Çocuk haberlerinde önemli bir yer tutan beslenme konusu Sağlıklı Beslenme (n=87) ve Okulda Beslenme (n=40) olarak iki alt başlık halinde incelenebilir. Sağlıklı beslenme başlığında yer alan temalar “Çocukların sağlıklı ve düzenli beslenmeleri gereklidir.” (n=56), “Çocuklar sağlıksız atıştırmalıklar tüketmektedir.” (n=14) ve “Aileler çocuk beslenmesinde kilit öneme sahiptir”dir (n=12). Okulda Beslenme alt başlığı ise sırasıyla “Çocukların okulda sağlıklı beslenmesi sağlanmalıdır.” (n=24), “Okulda satılan yiyecekler çocukların sağlığını bozmaktadır.” (n=8), “Beslenme okul başarısını etkiler” (n=6) ve “Okulda satılan yiyecekler yeterince denetlenmemektedir” (n=2) temaları yer almaktadır.

Aktivite başlığında Oyun (n=23), Spor (n=9) ve Çocuklara Yönelik Aktivite (n=24) alt başlıklarının yanı sıra “Çocuklara yönelik aktivite imkânları sınırlıdır.” (n=7) ve “Çocuklara yönelik aktiviteler artırılmalıdır.” (n=3) üniteleri bulunmaktadır. Oyun başlığında yer alan tematik üniteler sırasıyla “Oyun çocuklar için önemlidir.” (n=14), “Çocuklar yeterince hareket etmiyor.” (n=5) “Çocukların oyun alışkanlıkları değişiyor.” (n=3) ve “Çocuklar için yeterli oyun alanı bulunmamaktadır”dır (n=1). Spor alt başlığında ortaya çıkan tematik üniteler “Sporda devlet teşviki önemlidir” ve “Sporda aile teşviki önemlidir” iken çocuklarla ilgili spor haberlerinin çoğunluğunu başarılı çocuk sporculara ilişkin haberler oluşturmuştur (n=8).

Sünnet başlığında ülkenin çeşitli yerlerinde gerçekleştirilen toplu sünnet haberlerinin (n=8) yanı sıra “Sünnet erkekliğin ilk adımındır.” (n=9), “Sünnet töreni çocukları mutlu eder.” (n=7), “Sünnet kültürel bir değerdir.” (n=5), “Sünnet tartışmalı bir konudur.” (n=4), “Sünnet insan haklarına aykırıdır.” (n=2) ve “Sünnet sağlığa zararlıdır.” (n=2) temaları yer almaktadır.

Çocuklara ilişkin haberlerin önemli bir kısmını oluşturan şiddet haberleri Çocuğa Yönelik Şiddet ana başlığı altında derlenmiştir. Bu ana başlıkta çocukların maruz kaldığı cinsel şiddet/cinsel istismar (n=78) ve fiziksel şiddet (n=46) haberlerinin yer aldığı Şiddet başlığının yanı sıra “Yargı sistemi problemlidir.” (n=26), “Çocuğa yönelik şiddette devletin takındığı tavır önemli.” (n=14), “Şiddet çocuklarda

travmaya yol açar." (n=9) ve "Çocuğa yönelik şiddet kabul edilemez." (n=8) temaları yer almaktadır.

En popüler dördüncü ana başlık olan Çocuk Gelişimi ana başlığı Ebeveyn Çocuk İlişkileri (n=118) başlığının yanı sıra "Okul çağı çocukların hayatında önemli bir dönemdir" (n=17), "Her çocuğun gelişim hızı farklıdır" (n=9), "Çocukların durumu eskiye kıyasla daha kötüdür." (n=5), ve "Devlet çocukların iyi gelişmesi için üzerine düşeni yapmalıdır" (n=3) temaları yer almaktadır. Ebeveyn Çocuk İlişkileri başlığı ebeveynlerin çocuklarıyla ilişkilerinde dikkat etmesi gereken konuları içermektedir. Bu başlık altında toplanan haberler "Ebeveynler çocuk gelişiminde kilit öneme sahiptir." (n=45), "Ebeveynler çocuklarıyla iletişim halinde olmalıdır" (n=22), "Ebeveynler çocuklarını denetlemelidir" (n=16), "Ebeveynler çocuklarını iyi gözlemlemelidir" (n=12), "Çocuklarından birinci derecede sorumlu olan ebeveyn annedir" (n=12), "Çocuklar ebeveynlerinin boşanmasından kötü etkilenir" (n=7) ve "Ebeveynler çocuklarıyla vakit geçirmelidir." (n=4) temaları yer almaktadır.

Adli Olay ana başlığında, çocukların mağduru, tanığı ya da faili olduğu cinayet, darp, hırsızlık, adam kaçırmaya vb. adli olaylara ilişkin haberler yer almaktadır. Analiz sonuçları çocukların kendilerinin sebep olduğu adli olaylardan (n=21) ziyade mağduru ya da tanığı olduğu olaylar (n=118) gündeme geldiğini göstermiştir. Çocuklar adli olayların yanı sıra kaza (n=60), adli olay (n=25), hastalık (n=6), kan davası (n=5), iş kazası (n=4) ya da intihar (n=1) gibi sebeplerle yaralandıklarında ya da hayatlarını kaybettiklerinde de haber olabilmektedirler.

Yetişkinlerle İlişkiler ana başlığı altında çocukların çevrelerindeki yetişkinlerle girdikleri ilişkilerden ne şekilde etkilendiklerine ilişkin haberler yer almıştır. Bu haberler "Çocuklar ideolojik eylemlere dâhil olmaktadır." (n=50) ve "Çocukların yetişkinlerin yaşadıklarından/kararlarından etkilemektedirler." (n=25) temaları altında birleşmiştir.

Çocuk Hakları ana başlığı, çocuklar arasındaki eşitsizliklerinin vurgulandığı haberlerden oluşan Eşitsizlik (n=4) başlığının yanı sıra "Çocuklar kendi hayatları üstünde söz sahibi olmalıdır" (n=29), "Çocuk haklarının uygulanmasında devletin rolü önemlidir" (n=11), "Her çocuğun eğitim alabilmesi sağlanmalıdır" (n=9), "Çocuk hakları uluslararası hukukun güvencesi altındadır" (n=5), "Çocukların sağlık hakkı ihlal edilmektedir" (n=5), "Anadilde eğitim almak çocukların hakkıdır" (n=4), "Çocuklar aktif bireyler olarak görülmemektedir" (n=3) ve "Çocuklar eşit bireyler olarak görülmemektedir" (n=3) temaları yer almıştır.

Çocuklara ilişkin haberlerin oluşturduğu bir diğer ana başlık Yoksulluk'tur. Bu ana başlık altında yoksul çocukların hayatlarını betimleyen haberlerin oluşturduğu "Çocuklar yoksulluk nedeniyle çalışmak zorunda" (n=12), "Yoksul ailelerin çocukları kötü koşullarda yaşamak zorunda" (n=8) ve "Yoksul çocuklara destek olmak devletin görevidir" (n=7) temaları yer almaktadır.

Bu ana başlıkların yanı sıra, içerik analizinin gerçekleştirildiği gazetelerde ilgili tarihler arasında göçmen/sığınmacı çocuklar hakkında 5 adet haber yer almıştır. Özellikle Suriye'deki iç karışıklıkların patlak vermesine müteakip ülkemize göç eden ya da sığınmacı statüsünde ülkemizde kalan bireylerin sayısında bir patlama meydana gelmiş olup Eylül 2013 itibarı ile ülkemizde konaklayan Suriyeli sığınmacıların sayısının 500.000 civarındadır, ayrıca 45 bin Suriyeli öğrencinin eğitimlerine Türkiye'de devam etmektedir (Hürriyet, 2013). Ülkemizde yaşayan savaş mağduru çocuk sayısı net olarak bilinmese de bu sayının yüzbinlerle ifade edilebileceği düşünülmektedir. Bu çocukların yaşamlarının ve sorunlarının medyada kendine neredeyse hiç yer bulamayışı ise manidardır.

Medyada kendine yer bulamayan bir diğer çocuk grubu ise engelli çocuklardır. Mart 2013 verilerine göre ülkemizde toplam 1.559.213 engelli birey yaşamakta ve bunların 418.315'ini 0-21 yaş arası engelli bireyler oluşturmaktadır. Engelli çocuk bireyler hakkında içerik analizi sürecinde karşılaşılan haber sayısı ise 1'dir. Bu durum ülkemizde engelli çocukların ne ölçüde yok sayıldığının çarpıcı bir göstergesidir.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Çocukların yazılı basında ne şekilde temsil edildiğine bakıldığında söylenecek ilk şey çocukların medyanın bu alanında yeterince temsil edilmediğidir. Araştırma, eğitim-öğretim yılının başlangıcı olması sebebiyle çocuklara ilişkin haberlerin yoğunlaşacağı beklenen Eylül ayında gerçekleşmesine rağmen, Türkiye'nin en çok satılan 4 gazetesinde (Medya Tava, 2013) 1 aylık bir zaman diliminde çocuklara ilişkin sadece 346 haberin yayınlanmış olması bunu açıkça gözler önüne sermektedir. Aslında bu durum sadece ülkemizde yaşanan bir sorun olmaktan çok dünya çapında yaşanan bir sorunun Türkiye'ye yansımalarıdır. Dünya genelinde çocuklar medya da yeteri kadar ve doğru şekilde temsil edilememektedir. Uluslararası Gazeteciler Federasyonu'na göre; dünya nüfusunun üçte ikisini oluşturan çocuklar medyanın sadece yüzde beşinden azını kapsamaktadır (Uluslararası Gazeteciler Federasyonu, 2003; akt. Alankuş, 2012).

Çocukların yazılı basında düşük ölçüde temsil edilmesinin bir diğer boyutu da çocuklarla ilgili haberlerin içeriğidir. Araştırmaya dâhil edilen haberlerin pek çoğunun nitelikten yoksun olduğu ve haberlerin çoğu zaman birbirinin tekrarı ibaret olduğu görülmüştür. Yapılan çalışmalar bu durumun sadece bu çalışmaya özgü olmadığını, aksine dünya çapında sıklıkla karşılaşılan bir problemin Türkiye'deki yansıması olduğunu göstermektedir. Örneğin, Uluslararası Gazeteciler Federasyonu'na göre çocuklar ancak çocuk fuhuşu, organ kaçakçılığı, cinsel istismar, eğitim ve sağlık hizmetlerinden mahrum kalma emek sömürüsü enstest vb. durumlarda medyaya konu olabilmektedir (Uluslararası Gazeteciler Federasyonu, 2003; akt. Alankuş, 2012). Benzer şekilde, çocukların medyada bir uçta "suçlu çocuklar", diğer uçta ise "kurban/mağdur çocuklar" olmak üzere iki uçlu bir şekilde

temsil edilmesinin yaygın olduğu görülmüştür (Macdonald, 2003). Çocukların günlük yaşantılarına ya da kendi gündemlerine ilişkin haberler ise ne yazık ki pek yaygın değildir. Bu durum, toplumsal açıdan ciddi bir soruna işaret eder. Çünkü medya toplumsal sağduyunun oluşmasında önemli bir etkidir ve medya aracılığıyla ortaya atılan fikirler ve kavramlar toplumu oluşturan bireyler tarafından önemli ölçüde sahiplenilmektedir (Moscovici, 1984; 1988).

Çocukların medyadaki temsiline ilişkin bir diğer problem de çocukların medya araçlarına erişimlerinin kısıtlanması ve erişimleri durumunda medyadaki haberlerin olası zararlı etkilerinden çocukların nasıl korunacaklarıdır. Çocukların medya araçları aracılığı ile bilgiye erişme hakkı Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme ve Çocuk Haklarına Dair Avrupa Sözleşmesi (ÇHS) gibi uluslararası sözleşmeler aracılığı ile garanti altına alınmıştır. Aynı sözleşmeler çocukların medyanın zararlı etkilerinden korunmasını da hedeflemektedir. Örneğin, ÇHS'nin 17. maddesinde "Taraflar Devletler, kitle iletişim araçlarının önemini kabul ederek çocuğun; özellikle toplumsal, ruhsal ve ahlaki esenliği ile bedensel ve zihinsel sağlığını geliştirmeye yönelik çeşitli ulusal ve uluslararası kaynaklardan bilgi ve belge edinmesini sağlarlar" hükmü yer almaktadır. Benzer şekilde, Birleşmiş Milletler Genel Kurulunda 10 Mayıs 2002 tarihinde kabul edilen Çocuklara Uygun Bir Dünya Bildirgesi'nin 32. Maddesinde "Önemli rolü olan bir başka kesim de kitle iletişim araçları ve bunların kuruluşlarıdır. Bu kuruluşlar, çocukların durumu ve karşılaştıkları sorunlar konusunda halkın bilinç ve duyarlılık düzeyini yükseltebilirler; çocukların haklarını koruyup geliştiren girişimler konusunda çocukları, ana-babaları, aileleri ve genel kamuoyunu bilgilendirebilir ve çocuklara yönelik eğitim programlarına katkıda bulunabilirler. Medya çocuklar üzerinde etkili olabileceğini bilip buna uygun özeni göstermelidir." denmektedir. Yine UNICEF tarafından yayımlanmış olan ve çocuk haklarına duyarlı bir gazeteciliğin genel çerçevesini çizen Çocuk Hakları ve Medya: Gazeteciler İçin Bir Rehber (*Child Rights and Media: Guidelines for Journalists*) adlı belgede gazetecilere, yaşadığı ülkede çocuklara yönelik şiddet olaylarını ele alma, çocukla görüşme yapılırken haber kaynağını gizli tutma, çocuk istismarı ile savaşa, çocuğun yararına olabilecek her türlü konuyu kamusal alanda tartışma ortamına açma, sorunlara çocuk bakış açısını dikkate alarak çözümler üretme, cinsiyetçi, şiddet ve kurban odaklı gazetecilik pratiklerinden kaçınma, toplumda var olan ya da olabilecek her türlü ön yargıyı pekiştirme ihtimali olan ifadelerden kaçınma, çocuklar hakkında bilgi toplarken alanda faaliyet gösteren sivil toplum örgütleri ile işbirliği yapma ve gerçekleştirecekleri her türlü faaliyette Uluslararası Çocuk Hakları İlkeleri'ni uygulama gibi görevler yüklenmektedir (UNICEF, 2005). Çocuk haklarının korunması ve kullanılması konusunda medyaya ve medya çalışanlarına düşen görev ve sorumlulukları belirleyen başka ulusal ve uluslararası belgeler de mevcuttur.

Bu metinlerden yola çıkarak medyanın çocuk haklarının korunması ve kullanılması konusundaki etik ve hukuki sorumluluklarını çocukları önemseyen, çocuk haklarına saygılı bir habercilik anlayışı ile gazetecilik pratiklerini yürütmek; çocukların toplumsal yaşama katılmalarını ve kendilerini ifade edebilme özgürlüklerini kullanabilecekleri uygun bir zemin yaratmak ve belki de hepsinden önemlisi, var olan hakların günlük yaşamda pratiğe dökülebilmesi için gerekli toplumsal farkındalık ve duyarlılık yaratmak olarak özetlemek mümkündür. Ancak gazete haberleri üzerinde yaptığımız içerik analizi sonuçları bu sorumlulukların yeterince yerine getirilemediğini ortaya koymuştur.

İçerik analizi sonuçları yazılı basında çocuklar ve çocukluğa ilişkin 4 yaygın temsil olduğuna işaret etmektedir; bunlar sırasıyla “Bekleme Odası Olarak Çocukluk”, “Ebeveynlerin Uzantısı Olarak Çocuk”, “Şiddet Olaylarının Kurbanı Olarak Çocuk” ve “Aktif Bir Özne Olarak Çocuk” ’tur.

BİR BEKLEME ODASI OLARAK ÇOCUKLUK

Çocuklara ve çocukluğa ilişkin en yaygın temsil, çocukluğun insanların yetişkinlerin dâhil olduğu ‘gerçek yaşama’ bir hazırlık devresi olduğudur. Analiz sonuçları ülkemizde çocukluğun insan yaşamının bir bölümü olarak değil, bireylerin gerçek yaşamı bekledikleri bir tür bekleme odası olarak algılandığına işaret etmektedir. Bu temsil çocukların yetişkinlerden farklı, eğilip bükülerek şekil verilmesi gereken varlıklar olduğu varsayımına dayanan bilişsel-davranışçı yaklaşımın ülkemizde hala etkisini sürdürmekte olduğunun bir göstergesidir. Nitekim çocuklara ilişkin haberler genellikle Eğitim, Çocuk Sağlığı, ve Çocuk Gelişimi ana başlıkları altında öbeklenmiş, çocukların okul dışı faaliyetlerine ya da gündemlerine ilişkin haberler kendilerine yeterince yer bulamamıştır. Bu durum içerik analizi sonucu elde edilen temaların sayısına bakıldığında açıkça görülmektedir. Şema 1’de sunulduğu üzere, analiz süresi zarfında incelenen haber metinlerinden toplam 1488 temanın sadece 66 tanesi çocuklara yönelik aktiviteler, oyun ve spor faaliyetleri hakkındadır.

Yukarıda medyanın çocuk haklarının korunması ve kullanılması konusundaki sorumluluklarını yeterince yerine getiremediğinden bahsetmiştik. Erdoğan Tosun medya ve çocuklar arasındaki problemlili ilişkisinin iki nedene bağlı olduğunu iddia eder: medya çalışanlarının çocuk hakları konusunda yeterli bilgi ve donanıma sahip olamayışı ve toplumsal değerler bağlamında çocuk haklarının yeterince önemsenmeyişi (Erdoğan, Tosun, 2007). Medya kuruluşlarının ve medya çalışanlarının çocuk hakları konusunda bilgilendirilmelerini sağlamak için yapılan çalışmalar son yıllarda artış göstermektedir (Alankuş, 2007). Ancak içerik analizine dâhil edilen gazete haberlerinde çocuk hakları vurgusuna asgari düzeyde rastlanmıştır. Elde edilen 1488 temanın sadece 73 tanesi çocuk hakları ile ilgilidir.

Ayrıca Erdoğan Tosun'un da belirttiği üzere, çocuk haklarının ve çocuk gündeminin medyada kendisine yeterince yer bulamayışı toplum olarak çocuk haklarına yeterince önem vermediğimiz göstergesi olabilir. Moscovici (1984;1988) bir toplumu anlamının en iyi yolunun o toplumun sosyal temsillerini incelemek olduğunu söyler. Bu bakış açısından hareketle, çocukların ve çocukluk kavramının sosyal temsillerin ortaya çıkmasında ve yayılmasında önemli bir araç olduğu düşünülen medyada kendine yeterince yer bulamayışı ve var olan haberlerde karşılaşılan yüzeysellik, çocukluk kavramının ve çocuk haklarının ülkemizde yeterince tartışılmadığı anlamına gelmektedir.

EBEVEYNLERİNİN UZANTISI OLARAK ÇOCUK

Çocuklarla ilgili yaygın temsillerden bir diğeri de çocukların yaşamları hakkında söz sahibi olan aktif bireyler olarak değil ebeveynlerinin birer uzantısı konumunda olan edilgen unsurlar olduğudur. Analiz sonuçlarına göre çocukların hayatlarının önemli alanları olduğu düşünülen beslenme, sağlık, eğitim gibi hemen her başlıkta anne babaların çocukların hayatlarındaki rolünün ne kadar önemli olduğunu vurgulayan haberler yer almıştır. Ebeveynler çocuklarının hayatlarında birincil söz sahipleri olarak gösterilmekte, verdikleri kararların çocukların hayatlarında ne kadar etkili olduğu sık sık vurgulanmaktadır. Çocuklar ise, hangi yaşta olurlarsa olsunlar, kendi kararlarını verebilen ve davranışları üzerinde sorumluluk sahibi olan aktif bireyler yerine ebeveynlerinin tavır ve davranışlarını yansıtan aynalar gibi gösterilmektedir. Örneğin, Çocuk Gelişim ana başlığı altında yer alan Ebeveyn-Çocuk İlişkileri başlığında 118 tema yer almaktadır ve bu temaların neredeyse tamamı ebeveynlerin çocuklarının hayatlarındaki rollerinin ne kadar önemli olduğunu vurgulamaktadır. Alıntı 1'de yer alan haberde ailelerin çocuklarıyla yeterince ilgilenmemesi ve çocukların sigaraya ve/veya uyuşturucuya başlaması, sanal âlemde başını derde sokması ya da psikolojik sorunlar yaşaması arasında doğrudan bir bağlantı kurulmuştur. Ayrıca, çocukların alkol, sigara, vb. kötü alışkanlıklar edinmelerinin önüne geçmenin yolu anne babaların çocuklarıyla ilgilenmesi, başka bir deyişle onları doğru yolda tutmaları olarak görülmektedir. (Bakınız Alıntı 1).

Benzer şekilde çocukların okul başarılarının ve eğitim hayatında yaşayabilecekleri olası sorunların belirleyicisi olarak da ebeveynler, özellikle anneler gösterilmektedir. Örneğin Alıntı 2'de aile bireylerinin, özellikle annelerin, çocuğa yönelik tavırları ve çocukla ne ölçüde vakit geçirdikleri çocukların okuldan korkmalarının ya da okulda başarılı olamamalarının sebebi olarak sunulmuştur.

Bu bağlamda, çocukların aktif özneler değil, hayatları etraflarındaki yetişkinlerin tasarrufunda olan pasif bireyler olduğunu ima eden bu temsil de bilişsel davranışçı yaklaşımın ülkemizdeki geçerliliğine işaret ediyor denebilir.

Alıntı 1

‘Aydın: Bir baba çocuğuna gün içinde sadece 6 dakika ilgi gösterebiliyor’ (Zaman, 16.09.2013).

...

“Gençlerimizi korumak, vatandaşımızı korumak için aralıksız olarak eğitim faaliyetleri ve operasyonlar yapıyoruz.” diyen Mustafa Aydın, uyuşturucuya alışan gençlerin genelde ilgisiz ailelerden çıktığını hatırlattı. Aydın, anne ve babasından ilgi görmeyen çocukların farklı yerlere yöneldiğini dile getirerek, şu bilgileri verdi: “Bugün internette uyuşturucuyu teşvik eden, intiharı teşvik eden, öven birçok site olduğunu görüyoruz. Anne ve babasından ilgi görmeyen çocuk ya uyuşturucuya başlıyor ya da sanal âlemden istenmeyen bazı sitelerde, istenmeyen psikolojik noktada sorunlar yaşamasına neden oluyor. Anne ve babalarımız özellikle internetin zararlı etkilerinden korunma adına, çocuklarımızı uyuşturucu ve sigaradan korumak için mutlaka çocuklarına yeterli ilgi göstermelidir.”

Alıntı 2

‘Bu çocuklarda okul fobisi daha sık görülüyor’ (Zaman, 08.09.2013).

“Çocuğun, okul dışında farklı nedenlerle de olsa sık sık neden ayrı kalması, ömür boyu taşıyacak etkilere neden olabileceğinin önemine işaret eden Mehmet Azim, anneleri uyararak şunları söyledi: “Anneler, zorunlu olmadıkça çocuklarından uzun süre ayrılmamalıdır. Ayrı kalma durumlarında, annenin yerini alacak yetkin aile bireylerine ihtiyaç vardır. Onlar, annenin yokluğunu hissettirmemeye çalışmalıdır. Okul fobisi olan çocukların çoğunda, anneden ayrılma kaygısının olduğu araştırmalarla belirlenmiştir.”

Aile içinde güven duygusunun gelişmesi için bir diğer nedenin uygun baba modeli olduğunu anlatan Azim, babalara şu tavsiyelerde bulundu:

“Çocuk, her zaman babanın varlığını, sıcak nefesini, yakın ilgisini ister. Dolayısıyla iş yoğunluğu, yorgunluk bahanesiyle çocuklardan uzak duran babalar, okul fobisi, başarısızlık, disiplinsizlik gibi birçok sıkıntının oluşmasına zemin hazırlamaktadır. Küçük zihinsel engelleri olmasına rağmen, bazı çocukların, ailenin ilgisi ve yetkililerin hassasiyeti sayesinde normal öğrenciler gibi öğrenebildiğinin birçok örneği vardır. İlgisiz aileler nedeniyle kaybedilmiş birçok öğrenciden bahsetmek de mümkündür.”

ŞİDDET OLAYLARININ KURBANİ OLARAK ÇOCUK

Basılı medyada çocuklara ilişkin bir diğer temsil de çocukların şiddet olaylarının kurbanı olduğudur. İncelenen haberlerin önemli bir kesimini oluşturan adli olaylarda çocuklar şiddet olaylarının kurbanı olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hiç şüphesiz, çocuğa yönelik şiddet Türkiye için geçerli bir problemdir. Birleşmiş Milletler tarafından gerçekleştirilen bir araştırmada 3-17 yaş arasında çocuklara sahip

babaların yüzde 17'sinin, annelerince yüzde 35'inin çocuklarını cezalandırmak amacıyla fiziksel şiddete başvurabildikleri görülmüştür (SHCEK/UNICEF, 2010). Fiziksel şiddet için durum böyleyken, çocuk istismarı kavramı fiziksel istismarın yanı sıra psikolojik istismar, cinsel istismar ve ihmali de içerecek şekilde düşünüldüğünde durumun vahameti artmaktadır. Avrupa Birliği tarafından Balkan ülkelerinde gerçekleştirilen “Geniş Çaplı Çocuk İhmali ve İstismarı Hakkında Balkan Epidemiyolojik Çalışması” isimli çalışmanın Türkiye verilerine göre ülkemizdeki çocukların yüzde 78.6'sı kendisinin en az bir defa çocuk istismarının kurbanı olduğunu belirtmiştir. Bunun yanı sıra, araştırmaya katılan çocukların 70.4'lük bir kesimi kendisini psikolojik istismar, yüzde 58.1'lik kesimi fiziksel istismar, yüzde 42'lik bir kesimi de ihmal mağduru olarak tanımlamıştır (Tokyay, 2013).

Çocuğa yönelik şiddetin haberleştirilmesi her ne kadar medya çalışanlarının görev ve sorumlulukları arasında sayılabilirse de çocukların şiddet olaylarının kurbanı olarak sunulması medya etiği gereğince gazetecilerin kaçınması gereken bir durumdur. Örneğin, UNICEF tarafından hazırlanmış olan Çocuk Hakları ve Medya isimli rehberde gazetecilerin haber yaparken çocuklara potansiyel olarak zarar verecek cinsiyetçi, şiddet ve kurban odaklı pratikler, stereotipleştirme, sansasyonelleştirme, çocuğa yönelik şiddetin hoş görülmesini sağlayabilecek önyargıları güçlendirme, ergenlik dönemindeki gençleri cinsel açıdan olgunlaşmış olarak sunma ve çocukları suçlu gösterme gibi pratiklerden kaçınılmasının gazetecilerin sosyal ve ahlaki sorumluluğu olduğu vurgulanmıştır (UNICEF, 2005).

Çocuk istismarı olayları bu kadar yaygınken medyanın bu olaylara kayıtsız kalması ve bu olayların medyada temsil edilmemesi elbette ki düşünülemez. Ancak medyanın var olan sosyal temsilleri yayma işlevinin yanı sıra sosyal temsilleri oluşturma gibi bir işleve sahip olduğu da unutulmamalıdır. Haberler toplumsal gerçekliğin olduğu gibi yansıtıldığı metinlerden ziyade gündelik yaşamın ve toplumsal gerçekliğin inşa edildiği ve pekiştirildiği alanlardır (Dursun, 2004). Bu bağlamda haberin işlevinin toplumsal gerçekliği yansıtmaktan ziyade olaylara dikkat çekmek ve haberi okuyan insanların harekete geçmelerini sağlayacak bir fotoğraf oluşturmaktır (İrvan, 2002). Dolayısıyla, haber metninde gerçek olarak sunulan kurgusal gerçekliği kuran medya çalışanlarının etik sorumluluğa uymayacak şekilde davranmalarını hoş görmek olanaksızdır.

Araştırma kapsamında incelenen haber metinlerinde çocuklara yönelik şiddet olaylarının yaygınlığı çocuğa yönelik şiddet olaylarının ülkemizde ne kadar yaygın olduğunun çarpıcı bir göstergesidir. Ancak, çocukların şiddet olaylarının kurbanı/mağduru olarak temsil edilmesi ve çocuğa yönelik şiddet olaylarının sansasyonel olaylar olarak sunulması medyanın etik sorumluluklarıyla bağdaşmamakta ve çocuk odaklı habercilik anlayışının ülkemizde henüz yerleşmediğinin göstermektedir.

Örneğin, Alıntı 3'te yer alan haber metninde ve haberin başlığında çocuğu ve istismar olayını merkeze almaktan ziyade olayı sansasyonel kılmaya yönelik bir eğilim olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra haberde istismar olayının en ince detaylarına yer verilirken çocuk istismarının çocuk üzerindeki etkilerine dair bir ayrıntıya rastlanmamıştır.

Alıntı 3

'13 yaşındaki öğrencisiyle...' (Posta, 21.08.2013).

"Diyarbakır'da öğrencisi 13 yaşındaki kızla otomobilinde sevişirken polis tarafından yakalanan öğretmen 39 yaşındaki S.C.'nin, nitelikli cinsel istismarı' ve 'cinsel amaçlı çocuğu hürriyetinden yoksun kılmak' suçlamasıyla 50 yıla kadar hapis istemiyle yargılanmasına başlandı

Diyarbakır 5'inci Ağır Ceza Mahkemesi'nde tutuklu yargılanan evli ve 4 çocuk babası S.C., "O beni baştan çıkardı. Ben mağdurum" diyerek öğrencisini suçladı.

"ÖĞRENCİM BENİ TACİZ ETTİ"

Duruşmada taciz ettiği ileri sürülen öğrencisi S.T.'yi suçlayan İngilizce öğretmeni S.C., öğrencisinin kendisine cinsel içerikli dokunmalarda bulunduğunu iddia ederek, "Öğrencim beni taciz etti" dedi. Öğrencisi S.T.'nin kendisine mektuplar yazdığını ileri süren öğretmen S.C., duruşmada şunları söyledi:

"Bana not ve mektuplar yazmasından düşüncesinin farklı olduğunu anladım. Daha sonra okul içinde bunun hoş olmadığı kanaatiyle kendisi ve kardeşiyle görüşmeye karar verdim. 23 Nisan törenlerinden sonra okulun dışında S.T. geldi. Yanında kardeşi yoktu. Arabanın ön sağ koltuğuna bindi. Giderken yaptığının yanlış olduğunu söyledim. Bir müddet sonra aracı yolun sağına park ettim. Bu esnada beni taciz etmeye başladı. Aynı zamanda benimle oral olarak sevişmeye başladı. Engel olmaya çalıştım, ancak sonra kendimi kaybettim. Daha sonra arka koltuğa geçtik, ben kesinlikle cinsel ilişkiye girmedim. Polis geldiğinde kemerlerimiz açıldı, ikimiz de çıplak değildik. Bir hata yaptım, ancak kesinlikle ilişkiye zorlamadım. Kesinlikle derslerinde zayıf not vermekle tehdit etmedim. Zaten o başarılı bir öğrencidir. Bu durumu ailesine söyleyip rencide etmek istemedim. Benim farklı bir düşüncem olsa dışarıda değil başka bir yerde görüşürdüm. Çok pişmanım."

Bu sırada avukatı araya girerek sanık öğretmene, oral yolla ilişkiden ne anladığının sorulmasını istedi. Bunun üzerine S.C., "Benim ondan kastım dudak dudağa öpüşmedir. Toplumun anladığı gibi ağız yoluyla ilişki değildir. Benim oral seksten anladığım sevişme, İngilizcede oral seks ağız yoluyla yapılan öpüşmedir" diye konuştu."

AKTİF BİR ÖZNE OLARAK ÇOCUK

Basılı medya organlarında yer alan çocuklarla ilgili son temsil çocuğun aktif bir özne olduğudur. Yaygın olarak görülen diğer temsillerle çelişen ve kendisine da-

ha çok çocuk hakları vurgusu taşıyan haberler, çocuklara ilişkin konularda servis edilen uzman görüşleri ve devlet görevlilerinin açıklamalarında yer bulan bu temsil ülkemizde çocuğa yönelik algının değişmekte olduğunun bir göstergesi olarak yorumlanabilir.

Araştırma kapsamında en sık karşılaşılan ve çocuğun toplumsal hayattaki pasif rolüne vurgu yapan iki temsil olan “Bekleme Odası Olarak Çocukluk” ve “Ebeveynlerinin Uzantısı Olarak Çocuk” temsilleriyle çelişen bu temsil çocuğun toplumsal hayatta aktif bir özne olduğunu vurgulamakta ve çocuğun etrafındaki yetişkinlerin görevinin çocuğu eğitip şekillendirmek değil, onun kendi doğrularını bulmasında ona rehberlik etmek olduğunu ima etmektedir. Örneğin, Alıntı 4 ‘te yer alan ve ebeveynlere çocuk gelişimi hakkında ipuçları veren haberde öğrenmenin çocuğun kendi hızında ve onun yöntemleriyle gerçekleşmesi gerektiği ve ebeveynin rolünün çocuğa bir şeyleri öğretmek değil öğrenme yolunda çocuğa destek olmak olduğu vurgulanmaktadır.

Alıntı 4

‘Çocuklar nasıl öğrenir? (Hürriyet, 31.08.2013).

“Aslına bakarsanız, yeni öğrenme fırsatları ve/veya zorunluluklarına karşı verdiğiniz tepkiler, daha önce öğrenme/öğrenebilmeye ilişkin geliştirdiğiniz tutumlarla oldukça ilgilidir. Öğrenirken geçmişte cesaretlendirilip, teşvik edilmiş ya da eleştirilip, suçlanmış olmanız sonucunda hissettikleriniz yeni öğrenme deneyimlerinizde benzer duyguları uyandırabilir, hatırlatabilir.

Daha somut ifade etmek gerekirse, yaklaşık bir yaşından itibaren çocuklarda etrafa karşı gelişen merak, araştırma, soru sorma gibi davranışlara ebeveynlerin verdikleri tepkiler, sonraki dönemde çocukların soru sorma, inisiyatif alma gibi becerilerine etki edebiliyor. Örneğin, “Aman etraf dağılmasın, şurada uslu uslu otur, gözümün önünden kaybolma” yaklaşımı anne babayı belki “çocuk kontrol altında, güvende” hissiyle rahat ettirirken, çocuğun merak duygusunun körelmesine yol açabiliyor.

...

• *Onların düşüncelerini sağlayın. “Sence bu karıncalar ne yapıyor, neden bu yiyecekleri taşıyor olabilirler?” gibi sorular çocukların “neden-sonuç” ilişkisini kurmalarını kolaylaştırır.*

• *Öğrenme deneyimleri sırasında onları takdir ve teşvik edin. Başarılı olduklarında ve daha da önemlisi başarmaya çalıştıklarında “Bak iyi gidiyorsun, olacak, aferin” gibi ifadelerle cesaretlendirmeniz onların kendilerine, yapabileceklerine olan güvenlerini artırır.*

• *Başarısız olduklarında da takdir-teşvik etmeniz ve başarısızlığın üzerine düşünmelerini sağlamanız önemli. “Çalıştın, uğraştın, tebrik ederim. Tamam, şimdi istediğin gibi olmadı, ama gel düşünelim, farklı nasıl yapabilirdin? İstersen sana birkaç önerim olabilir”*

diyebilirsiniz. Çünkü hepimizin öğrenmelerinde başarısızlıkları vardır, ancak sonrasında aldığımız geribildirimler çok önemli. Ayrıca öğrenmelerin birçoğu deneme yanılma yoluyla olur. Önemli olan nerede-neden-nasıl hata yaptığınızı fark etmektir.

...

Bu temsiller, ülkemizde çocuklara ve çocukluğa ilişkin hâkim algının halen çocukların içinde yaşadıkları toplumu ve dünyayı dönüştürme becerisine ve yetişkinlerin sahip olduğu bilişsel yeteneklere sahip olan aktif bireylerden ziyade kendi hayatı üzerinde söz sahibi olmayan pasif ve kırılabilir varlıklar olduğunu ima etmektedir. Ancak, aktif bir özne olarak çocuk temsili de işaret ettiği üzere bu algının kırılmaya başladığını ve toplumumuzun çocuk algısının bir dönüşüm içerisinde olduğunu söylemek de mümkündür.

Çocuğun kendi hayatı üzerinde söz sahibi olan aktif bir özne olduğu temsili henüz kendisine daha çok uzmanların çocuklarla ilgili yaptığı yorumlarda ve devlet görevlilerinin açıklamalarında yer buluyor olsa da ana akım medya organları tarafından yayılan bu temsilin kısa zamanda yaygınlaşması mümkündür.

İncelenen haber metinleri çocuk hakları ve çocuk odaklı habercilik bağlamında değerlendirildiğinde, basılı medya organlarının ulusal ve uluslararası anlaşmalar ve mesleki rehberler aracılığı ile belirlenen kararlar ile etik kurallara tam manasıyla uyduğu söylenememektedir. Çocuk odaklı habercilik konusundaki duyarlılığın artması hem ülke nüfusumuzun önemli bir kısmını oluşturan çocukların medya araçlarında kendilerine yer bulabilmeleri hem de ülke gündemine ortak olabilmeleri açısından büyük önem taşımaktadır.

Yazılı ve görsel medya sosyal temsillerin ortaya çıktığı ve yayıldığı alanlardan biri olarak kabul edilmektedir. Bu araştırmada ülkemizdeki çocuk ve çocukluk algısını ortaya çıkartabilmek amacıyla basılı medya araçlarını içeren bir içerik analizi çalışması gerçekleştirildi ve analiz sonucunda ülkemizde hâkim olduğu düşünülen 4 temsile ulaşıldı. Ancak, sosyal temsiller toplum içerisindeki farklı gruplarda farklılaşabilmektedir. Toplumumuzun çocuk temsillerinin tam anlamıyla ortaya çıkartılabilmesi için bu araştırmanın toplumun farklı kesimlerini temsil ettiği düşünülen kişi ve/veya gruplarla gerçekleştirilecek mülakatlarla desteklenmesi faydalı olacaktır.

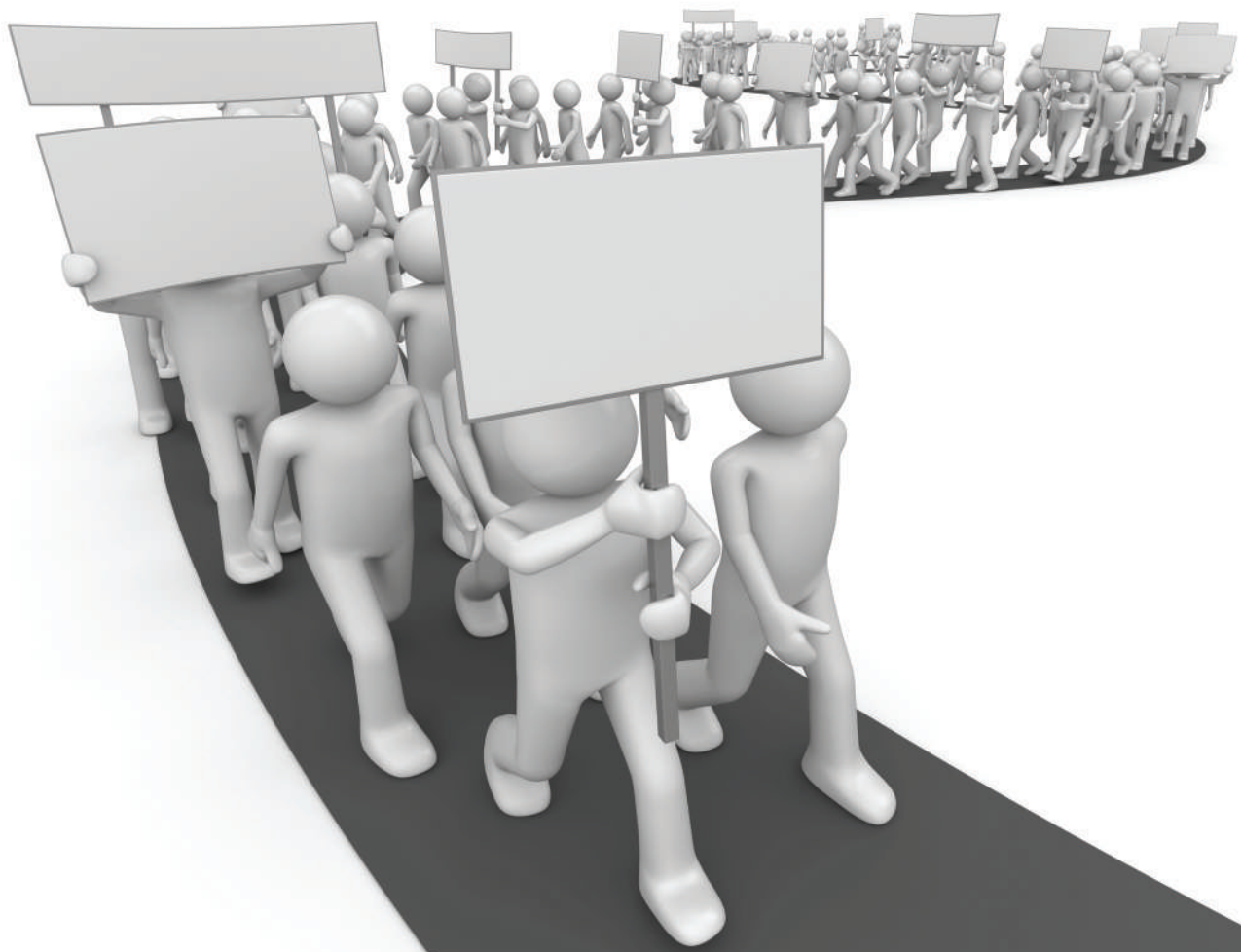
Son Not:

Araştırma Görevlisi, Gülден SAYILAN, Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Psikoloji Bölümü. Basın-Enformasyon Personeli, Nihan ÇEVİRGEN, Basın-Yayın Ve Enformasyon Genel Müdürlüğü.

KAYNAKÇA

- ALANKUŞ, S (2007). Neden Çocuk Odaklı Habercilik Kitabı", In S. Alankuş (Ed.), Çocuk Odaklı Habercilik, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları
- ALANKUŞ, S. (2012). *Çocuk odaklı habercilik*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.
- ANDREOULI, E., HOWARTH, C.S. (2012). National identity, citizenship and immigration: Putting identity into context. *Journal for the Theory of Social Behaviour*. DOI: 10.1111/j.1486-5914.2012.00501.x
- BRUNER, J. (1960). *The process of education*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press.
- BAUER, M., DURANT, J., GASKELL, G. (2002). *Biotechnology - the making of a global controversy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- BRITTLE, C., ZINT, M. (2003), "Do Newspapers Lead with Lead? A Content Analysis of How Lead Health Risks to Children are Covered", *Journal of Environmental Health*, 65(10), 17-22.
- DEWEY, J. (1996). *Demokrasi ve Eğitim*. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- DURŞUN, Ç. (2004). Haberde gerçekliğin inşa edilmesi ne demektir?. In Ç. Dursun (Ed.), *Haber Hakikat ve İktidar İlişkisi* (1 ed.). Ankara: Elips Kitap.
- DUVEEN, G., LLOYD, B. (1986). The significance of social identities. *British Journal of Social Psychology*, 25, 219-230.
- EDWARDS, C., GANDINI, L., FORMAN, G. (1993). *The hundred languages of children: The Reggio Emilia approach to early childhood education*. Norwood NJ: Ablex.
- FARR, R., MARKOVÁ, I. (1995). Representations of health, illness and handicap in the mass media of communication: a theoretical overview. In I. Markova & R. Farr (Eds.), *Representations of Health, Illness and Handicap*. Chur, Switzerland: Harwood Academic Publishers.
- GALAM, S., MOSCOVICI, S. (1991). Towards a theory of collective phenomena: consensus and attitudes changes in group, *European Journal of Social Psychology*, 21(1), 49-74.
- HÜRRİYET. (2013, Eylül 5). Suriyeliler 41 ilin nüfusunu geçti. *Hürriyet*. Retrieved from <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/24647547.asp>
- İRVAN, S. (2002). *Medya, Kültür, Siyaset* (2. Baskı), Ankara: Alp.
- KAHYAOĞLU, S. (2013, Ağustos 31). Çocuklar nasıl öğrenir?. *Hürriyet*. Retrieved from <http://www.hurriyet.com.tr/egitim/24622828.asp>
- MACDONALD, M. (2003). *Exploring Media Discourse*, Londra: Arnold.
- MACHIN, D., DAVIES, M. M. (2003). Opinion, Dialogue, Review. Future generations: the implied importance of the fantasy world in development of a child's imagination. *Childhood*, Vol 10(1): 105-117.
- MAJOR, M.F. (1992). "Conscientious objection and international law: A human right?" in *Case Western Reserve Journal of International Law*; Spring92, Vol. 24 Issue 2, pp.349-379.
- MARLOWE, B. A., PAGE, M.L. (1998). *Creating and Sustaining the Constructivist Classroom*. California : Corwin Press.
- MOSCOVICI, S. (1976). *Social influence and social change*. London: Academic Press.

- MOSCOVICI, S. (1984). The phenomenon of social representations. In R. Farr and S. Moscovici (eds.), *Social Representations*, 3-69. Cambridge University Press, Maison des Sciences de l'Homme:Cambridge/Paris.
- MOSCOVICI, S. (1988). Notes towards a description of social representations. *European Journal of Social Psychology*, Vol 18, 211-250.
- POTTER, J., EDWARDS, D. (1999). Social representations and discursive psychology: From cognition to action. *Culture & Psychology*, 5(4), 447-458.
- POTTER, J., LITTON, L. (1985). Some problems underlying the theory of social representations. *British Journal of Social Psychology*, 24, 81-90.
- POTTER, J., WETHERELL, M. (1987). *Discourse and social psychology: beyond attitudes and behavior*. London: Sage.
- POSTMAN, N. (1995). *Çocukluğun yokoluşu*. Ankara: İmge Yayınevi.
- POSTA. (2013, Ağustos 21). 13 yaşındaki öğrencisiyle.. Posta. Retrieved from <http://www.posta.com.tr/3Sayfa/HaberDetay/13-yasindaki-ogrencisiyle---.htm?ArticleID=191491>
- Richards, G. (2003). *Psikolojiyi Yerli Yerine Oturtmak*, çev. S. Topal ve A. Yılmaz. İstanbul: Say Yayınları.
- SHCEK/UNICEF Turkey (2010). Research study on child abuse and domestic violence in Turkey – Summary report, <http://panel.unicef.org.tr/vera/app/var/files/c/o/cocuk-istismari-raporu-tr.pdf>
- STAERKLÉ, C., CLÉMENCE, A., DOISE, W. (1999) Representation of human rights across different national contexts: the role of democratic and non-democratic populations and governments *European Journal of Social Psychology*, Vol 28, Issue 2, pp 207–226
- ŞİRİN, M. R. (2006). *Dersimiz çocuk*. İstanbul: İz Yayınları.
- TOKYAY, M. (2013, February 26). AB, çocuk istismarının idaresindeki sorunlara işaret etti. SE-Times. Retrieved from <http://www.setimes.com/cocoon/setimes/xhtml/tr/features/setimes/features/2013/02/26/feature-04>
- UNICEF. UNİCEF MEdia Center, (2005). The media and children's rights. Retrieved from United Nations International Children's Emergency Fund website: http://www.unicef.org/ceecis/media_1482.html
- WAGNER, W., Sen, R., PERMANADELI, R. & HOWARTH, C. (2012). The veil and muslim women's identity: cultural pressures and resistance to stereotyping. *Culture & Psychology*, 18(4), 79-99
- WAGNER, W., HAYES, N. (2005). *Everyday Discourse and Common Sense: The Theory of Social Representations*. Palgrave-Macmillan: New York.
- ZAMAN. (2013, Eylül 16). Aydın: Bir baba çocuğuna gün içinde sadece 6 dakika ilgi gösterebiliyor. Zaman. Retrieved from http://www.zaman.com.tr/gundem/aydin-bir-baba-cocuguna-gun-icinde-sadece-6-dakika-ilgi-gosterebiliyor_2136301.html
- ZAMAN. (2013, Eylül 08). Bu çocuklarda okul fobisi daha sık görülüyor. Zaman. Retrieved from http://www.zaman.com.tr/aile-saglik_bu-cocuklarda-okul-fobisi-daha-sik-goruluyor_2131832.html



ÇOCUK, TELEVİZYON ve SİYASAL TOPLUMSALLAŞMA: BİZİMCİTY ANİMASYONLARINA YÖNELİK BİR ODAK GRUP ÇALIŞMASI

Öğr. Gör. Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN
Bilim Uzmanı Mustafa İŞLİYEN

ÖZET

Toplumsallaşma toplumun değer yargılarının ve normların bireye çeşitli şekillerde kazandırılarak, bireyin toplumsal çevreye hazırlanması ve uyum sağlaması sürecidir. Toplumsallaşmanın önemli bir parçası olan siyasal toplumsallaşma ise belirli bir süreçte bireyin siyasal olgular hakkında algı, tepki ve değerlerinin oluşmasıdır. Bireylerin siyasal kimliklerinin şekillenmesinde çocukluk döneminde edinilen kanaat ve inançlar oldukça önem taşımaktadır. Buradan hareketle bu çalışmada, bir siyasal toplumsallaşma ajanı olan genelde kitle iletişim araçlarının, özelde ise televizyonun çocukların siyasal toplumsallaşmaları üzerinde ne gibi etkileri olduğu incelenmeye çalışılmıştır.

Çalışmada 7 ortaokul 2. sınıf öğrencisi üzerinde odak (focus) grup çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırmada odak grup yönteminin bir avantajı olarak öğrencilerle derinlemesine bir görüşme yapılmasının yanında öğrencilerin grup içindeki etkileşimi ve tepkileri de ölçülmüştür. Çalışmanın evrenini ATV adlı TV kanalında ana haber bülteninden hemen sonra yayınlanan ve gündeme ilişkin konuların işlendiği “BizimCity” adlı animasyon filmler oluşturmuştur. Çalışmaya örneklem olarak ise son 5 ay içerisinde haberlerde yoğunluklu olarak gündeme taşınan siyasi konulara ilişkin hazırlanan animasyonlar seçilmiştir. Ayrıca animasyonların seçim sürecinde filmlerin çocukların anlama düzeylerine uygun olması dikkate alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Siyasal Toplumsallaşma, Çocuk, Televizyon, Odak Grup.

GİRİŞ

*T*oplumsallaşma genel anlamda toplumun değer yargılarının ve normların bireye çeşitli şekillerde kazandırılarak içselleştirilmesi sürecidir. Türkçe sözlükte bireyin kişilik kazanarak belli bir toplumsal çevreye hazırlanması; toplumla bütünleşmesi süreci olarak tanımlanmaktadır. Giddens ise (2008: 201), toplumsallaşmayı bireyin bebeklik döneminden itibaren ele almakta ve bebeğin doğduğu kültür içinde geçerli olan bilgi ve becerileri edinerek, kendi bilincinde olan, bilgili bir kişi haline gelme süreci olarak değerlendirmektedir. Mevcut tanımlarda da görüldüğü gibi toplumsallaşma belli bir sürece işaret etmekte ve bu süreç kişilerin doğumundan başlayarak tüm yaşamları boyunca sürmektedir. Fakat şunu belirtmek gerekir ki, bu süreçte çocukluk dönemi kritik bir öneme sahiptir. Çünkü çocukluk döneminde bireyler öğrenmeye son derece açık oldukları gibi bu dönemde kazandıkları tutum ve kanaatler de genellikle kalıcı olmaktadır.

Bireyler çok küçük yaşlardan itibaren birtakım 'toplumsal çerçeveler' ile karşılaşmaya başlamaktadır. Goffman (Akt: Elkind, 1999: 131-132) bu çerçeveleri, toplumsal durumlardaki davranışlarımızı yönlendiren kurallar, anlayış ve beklentiler olarak tanımlar. Bu anlamda 3-4 yaşlarındaki bir çocuk, yemek yeme, uyku vakti geldiğinde yatağa gitme, büyüklerini ziyaret etme, oyun alanlarında vakit geçirme gibi etkinliklere dönük oldukça zengin bir çerçeve repertuarına sahip olur.

Özellikle modern toplumlarda, toplumsallaşmanın ilk adımı için 'aile' oldukça önemlidir. Bilindiği gibi çocuk, içinde yaşadığı toplumun mevcut değerlerini ve kültürel pratiklerini öncelikle ailesinden öğrenmektedir. Bu nedenledir ki aile her birimizin ezberinde olduğu gibi 'toplumun temel yapı taşı olarak' nitelendirilmektedir.

Şüphesiz çocuğun öğrendiklerinin pekiştirilmesi ve içselleştirilmesi noktasında ailenin yanında okul ve etkileşimde bulunulan toplumsal gruplar da oldukça etkindir. Bununla birlikte günümüze gelindiğinde başta televizyon olmak üzere kitlesel iletişim araçlarının da bireyin toplumsallaşması noktasında en az diğer unsurlar kadar baskın olduğunu söylemek mümkündür.

Buradan hareketle izleyiciler üzerindeki etkileri kanıtlanmış olan televizyonun siyasal toplumsallaşma açısından nasıl bir etkiye sahip olduğu da sorgulanması gereken bir konudur. Bu çalışmada televizyonda yer alan bazı içeriklerin bir siyasal toplumsallaştırma aracı olduğu varsayımından yola çıkılarak çocuklar üzerinde nasıl bir etkiye sahip olduğu irdelenmiştir. ATV adlı televizyon kanalında yayınlanan ve daha çok gündemle ilişkili siyasal bir içeriğe sahip olan 'Bizimcity' animasyonlarının örnek olay olarak ele alındığı bu çalışmada, söz konusu filmler üzerinden çocukların siyasal toplumsallaşma noktasında televizyonun rolü ve et-

kisi tartışılmıştır. Çalışmada kalitatif bir araştırma tekniği olan odak (focus) grup görüşme yöntemi kullanılmıştır.

SİYASAL TOPLUMSALLAŞMA ve BİREY

Toplumsallaşma bireyin doğumundan ölümüne kadar toplumla olan ilişkisiyle ilgili bir süreci ifade etmektedir. Bu sürecin önemli parçalarından biri olan siyasal toplumsallaşma ise genel olarak siyasal inanç, değer ve davranışların toplum tarafından bireye öğretilmesi ve benimsetilmesi süreci olarak tanımlanabilir (Kışlalı, 2011: 118). Akın'a göre (2013: 56) siyasal toplumsallaşma "bireyler nasıl siyasal varlıklar haline gelirler/siyasallaşır?" ya da "bireyler nasıl siyasal varlıklar haline getirilirler/siyasallaştırılırlar?" sorusundan hareket eden ve bu süreci açıklamaya çalışan bir alandır. Turan'a göre (1976: 47) siyasal toplumsallaşma, bireyin siyasal kültür edinmesidir. Turan'ın tanımından hareketle siyasal toplumsallaşmanın bireyin siyasal kültür konusundaki bilgilenmesi ile başladığını söyleyebiliriz. Bu anlamda siyasal kültür, siyasal bilinçlenmeyi arttıran önemli etmenlerden biri olarak değerlendirilebilir. Siyasal bilinçlenmenin artması ile de bireyler, siyasal olaylara karşı daha duyarlı hale gelmekte; toplumun sorunlarını daha yakından izlemekte ve toplumun isteklerini yöneticilere duyurma noktasında bazı faaliyetlerde bulunabilmektedirler (Öztekin, 2010: 241-243). Bu da bizi bireylerin siyasal toplumsallaşması ile siyasal kültür düzeyleri arasında sıkı bir ilişki olduğu sonucuna götürmektedir. Çağla ise (2010: 51) siyasal toplumsallaşmayı "bireylerin verili bir toplumda siyasal sistemi tanıdıkları ve siyasal olgular hakkında algı, tepki ve değerlerini oluşturdukları süreç" olarak tanımlamaktadır. Bu süreçte birey siyasal kurum ve sembollere ilişkin bilgi edinmekte; yönetimin aktif ya da pasif bir üyesi olmayı benimsemekte ve desteklediği ideolojiyi içselleştirmektedir. Toplumlar, siyasal gelenekleri eğitim sistemi, kitle iletişim araçları ve toplumsal gruplar gibi farklı kanalları kullanarak sürekli kılmaktadır (Marshall, 2009: 666).

Çocukluk Dönemi ve Siyasal Toplumsallaşma

Tıpkı toplumsallaşma sürecinde olduğu gibi siyasal toplumsallaşma sürecinde de çocuk siyasi düşünce ve kanaatleri öncelikle ailesinden öğrenmeye başlamaktadır. Aile üyelerinin siyasi görüşü ve buna paralel olarak politik konulara yaklaşımı çocuğun siyasal toplumsallaşmasında oldukça etkilidir (Baltacı ve Uysal, 2012: 180).

Çocuğun siyasal toplumsallaşma adımlarını 4-5 yaşlarına kadar götürmek mümkündür. Bu dönemde aile içinde meşru bir iktidar biçimi olan babanın otoritesi ile karşılaşan çocuk, aile dışında yine polis ve öğretmen gibi otorite merkezlerinin varlığını keşfetmeye başlamaktadır. Çocuğun mevcut otoriteye bakışı şüphesiz ileriki yıllarda oluşacak siyasi tutum ve kanaatlerini etkilemektedir. Örneğin katı kurallara sahip bir baba figürü ile karşı karşıya kalan çocuğun, demokratik

tartışmalara ve demokrasinin gerektirdiği hoşgörüyü yatkınlığı oldukça az olacaktır. Bu çocuk otoriter bir yönetimi, babanın yerini tutacak bir öndere koşulsuz itaati tercih edebilecektir (Sitembölükbaşı, 2001: 75; Kışlalı, 2011: 140). Bu anlamda çocuğun 4-5 yaş dönemi, siyasal toplumsallaşma sürecinin ilk ve son derece önemli bir basamağıdır.

Çocuğun siyasal kimliğinin şekillenmesinde belirleyici olan dönemlerden biri de okul çağına başladığı zamanlardır. Eğitim sistemi ile birlikte çocuğa aktarılan bilgi, görgü ve kurallar çocuğun siyasal dünya ile temasında nasıl hareket etmesi gerektiği noktasında yönlendirici olmaktadır. Okulların siyasal toplumsallaştırma işlevini yerine getirmesi noktasında belirlenen müfredat doğrultusunda hazırlanan ders kitapları, ciddi bir rol üstlenmektedir. Çocuk, ders kitapları aracılığıyla birçok siyasal kavram ile tanışmakta; bu sayede siyasal değerleri öğrenmekte ve birtakım tutum ve davranış kalıpları geliştirmektedir (Baltacı ve Uysal, 2012: 181). Dolayısıyla okullar çocuğa yurttaşlık eğitimi veren temel kurumlardır diyebiliriz. Ülkemizdeki mevcut eğitim sistemine göre, ilkokuldan itibaren çocuklara içinde yaşadıkları ilin ve ülkenin yönetiminin nasıl olduğu derslerde aktarılmakta ve bu şekilde çocuklar temel yurttaşlık bilgilerini edinmeye başlamaktadırlar (Tokgöz, 2010: 157). Okulun siyasal toplumsallaşmaya katkısı elbette ders içerikleri ile sınırlı değildir. Okul sınırları içinde yer alan heykel, büst ve resim gibi göstergeler ya da gerçekleştirilen resmi törenler ve kültürel aktiviteler de yine eğitim sisteminin siyasal toplumsallaştırma misyonu bağlamında değerlendirilebilir (Alkan, 1979: 99).

İlkokulun ilk yıllarından itibaren cumhurbaşkanı ve başbakan gibi ulusal nitelikteki somut simgeleri algılamaya başlayan çocuklar, devlet gibi soyut kavramları yaşları ilerledikçe anlamlandırmaktadırlar. Siyasal tutumlar, özellikle beşinci sınıftan itibaren belirginleşmeye başlamaktadır. Bu tutumlar 13 yaşından itibaren ise düşünsel olgunluğa ulaşmaktadır (Sitembölükbaşı, 2001: 75).

Görüldüğü gibi çocukluk döneminin ilk yaşlarına tekabül eden ve oldukça erken bir dönemde aile içinde başlayan siyasal yöneliş, okul dönemi ile birlikte gelişmekte; ilkokul son sınıfa gelen bir çocuğun içinde bulunduğu dönem ise, siyasal görüşlerin oluşması bakımından en önemli dönem olarak kabul edilmektedir. Bu dönemde basit bir siyasal yapı algısına sahip olan çocuğun herhangi bir siyasi partiye karşı duygusal bir bağ kurduğu gözlemlenmektedir (Ergil ve Alkan, 1980: 49-50).

Siyasal toplumsallaşmaya katkıda bulunan bir başka unsur ise akran grupları olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocukların kreş çağından itibaren akranları ile ilişki kurmaya başladığı düşünüldüğünde siyasal toplumsallaşma adına arkadaş çevrelerinin etkisinin ne boyutta olduğu hemen görülecektir. Aynı yaştaki çocuklardan oluşan akran grupları, gerek çocuğun kendi tercihleriyle karar vermesinde gerekse ailesinde edindiği tutum ve değer yargılarını sınamasında büyük rol oynamaktadır (Baltacı ve Uysal, 2012: 181). Bu sayede çocuk, ailesiyle birlikte kurduğu

dünyanın dışına çıkararak yeni bir sosyal çevreye adım attığının ayırına varmaktadır. Akranları ile birlikte kurduğu ilişkiler, çocuğun toplumsallaşmasında olduğu gibi siyasal toplumsallaşmasında da önemli bir dönemi ifade etmektedir (Orhan, 2009: 19). Ayrıca Alkan'ın da (1979: 83) işaret ettiği gibi, yaşı ilerledikçe ailesinden çok arkadaşları ile vakit geçirmeye başlayan çocuk, siyasal konuları arkadaşları ile konuşma ve tartışma eğilimi göstermektedir.

Çocuğun siyasal toplumsallaşmasına nüfuz eden ajanlardan biri de kitle iletişim araçlarıdır. Bilindiği gibi modern dünyada toplumsal olay, olgu, norm ve değerlerin bireylere ulaşmasının en etkili yollarından biri de kitle iletişim araçlarıdır. Son yıllarda yapılan araştırmalarla, kitle haberleşme araçlarının, siyasal bilincin oluşturulmasında da etkili olduğu doğrulanmıştır (Tokgöz, 1978: 84). Bu araçlar içerisinde ise hemen her yaş ve kesime ulaşan televizyonun, ulaştığı izler kitleye belli tutum ve değerleri aktarma ve bunların benimsenmesine yardımcı olma anlamında ayrıcalıklı bir üstünlüğü vardır (Balci, 2007: 155). Bu anlamda televizyonun genelde bireyin özelde ise çocuğun siyasal toplumsallaşmasına nasıl bir etki de bulunduğu ilerleyen bölümlerde ayrıntılı olarak değinilecektir.

TELEVİZYON ve ÇOCUK

Gelişen teknoloji ile birlikte kitle iletişim araçları yaygınlık kazanmış ve bu araçlar toplumun hemen her kesimine ulaşmış bulunmaktadır. Bu araçlardan olan gazete, radyo, internet vs. gibi kitle iletişim araçları arasında televizyonun kullanım yaygınlığı diğer araçlardan fazladır. Bu durum televizyonun okur-yazarlık engelini ortadan kaldıran bir özelliğe sahip olmasıyla ilgilidir. Ayrıca televizyon, hem zihinsel hem de maddi olarak izleyiciden en alt düzeyde bir çaba talep etmesine karşın yüksek düzeyde oyalanma ve rahatlama imkânı sunmaktadır. Ses ve görüntünün bir aradalığı da yine televizyonun diğer kitle iletişim araçları arasında ön plana çıkmasını sağlayan bir diğer unsurdur (Alkan, 1979: 144; Mutlu, 2005: 92).

Günümüzde evlerden işyerlerine, ulaşım araçlarından kamuya açık alanlara kadar artık her yerde karşımıza çıkan televizyon, bireylerin çok küçük yaşlarından itibaren hayatlarına giren bir araç olması itibariyle de diğer kitle iletişim araçlarından ayrı bir konumdadır. Bilindiği gibi konuşamayacak ya da yürüyemeyecek kadar küçük yaştaki çocuklar bile televizyon yayınlarına belli bir tepki vermektedirler. Yaygın kanıya göre çocuklar 6 aylıktan itibaren televizyona ilgi göstermeye başlamaktadırlar (Hollenbeck ve Slaby'den Akt: Kutoğlu, 2011: 102). 3 yaşına geldikten sonra ise çocuklar televizyon izlemeyi alışkanlık haline getirmekte ve günde 1-2 saatlerini televizyon karşısında geçirmektedirler. Ancak bu yaştaki çocuklar izledikleri içeriklerin tam olarak ayırına varamayıp sadece renklere, müziklere ve hareketlere ilgi göstermektedirler. Çocuğun izlediği içeriği anlamlandırma süreci 4 yaşından itibaren başlamakta, 7 yaşından sonra ise gelişme göstermektedir. Bilişsel olgunluğa erişilen 12 yaş ve sonrası dönemdeyse çocuk, tele-

vizyonda işlenen konulara daha çok hâkim olmakta, izlediği içeriklerdeki doğru ve yanlış ayırt etmeye başlamakta ve televizyonun toplumsallaştırıcı etkisine açık hale gelmektedir (Potter'den Akt: Kutoğlu, 2011: 102-104).

Görüldüğü gibi bireyin televizyon ile ilişkisi hayatının ilk dönemine dek uzanmaktadır. Bu demek oluyor ki televizyon başta çocuklar olmak üzere kişilerin hayatında oldukça önemli bir yer tutmaktadır. Bu doğrultuda yürütülen araştırmalar da bu kanıyı destekler nitelikte veriler sunmaktadır. Örneğin Amerika'da 4-6 yaş arasındaki çocuklar üzerinde gerçekleştirilen bir ankette "Hangisini daha çok seversiniz? Televizyonu mu yoksa babanızı mı?" sorusuna çocukların %54'ü televizyon yanıtını vermiştir (Kutoğlu, 2011: 105). 2006 yılında RTÜK tarafından gerçekleştirilen 'İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları' adlı kamuoyu araştırmasında ise 7-10 yaş aralığındaki çocukların % 67,2'si; 11-14 yaş aralığındaki çocuklarınsa % 62,4'ü boş zamanlarında en çok televizyon seyretmekten hoşlandığını ifade etmiştir. Söz konusu araştırmada yer alan çarpıcı verilerden biri de çocukların büyük çoğunluğunun televizyonun kendilerini olumsuz yönde etkilemediğini düşünmesidir (RTÜK 2006: 13-17). Bu örneklerden de açık şekilde anlaşılabilir gibi çocuklar vakitlerinin önemli bir kısmını televizyon karşısında geçirmekte ve bu da televizyonu çocukların hayatında ayrıcalıklı bir konuma taşımaktadır. Şüphesiz bu durum televizyonun olumlu ve olumsuz etkilerini ortaya koyan araştırmaların büyük bir kısmının, neden çocuklar üzerinde yoğunluk kazandığı sorusuna da açıklık getirmektedir.

Çocuk ve televizyon ilişkisine yönelik yapılan araştırmaların seyrine bakıldığında genellikle 3 başlık üzerinde durulduğu görülmektedir. Konuya ilişkin yürütülen ilk dönem araştırmalarında çocukların ekran karşısındaki davranışları incelenmiş ve çocukların ne sıklıkta televizyon izlediği saptanmaya çalışılmıştır. Bu sürecin devamında yürütülen araştırmalarda bu kez televizyon izleyen çocukların tepkileri takip edilmiştir. Son dönem araştırmalarında ise televizyonun etki boyutu saptanmaya çalışılmıştır. Bu çerçevede yürütülen araştırmalarda televizyonun çocukların fiziksel ve ruhsal sağlık durumlarına, sosyalleşmelerine, değer ve bilgi kazanımlarına ne gibi etkilerde bulunduğu incelenmektedir (Hızal, 1977: 170).

Televizyonun çocuklar üzerindeki etkilerine yönelik sürdürülen araştırmalar genel olarak televizyonun çocuk için birçok açıdan zararlı bir iletişim aracı olduğunu ortaya koymaktadır. Söz konusu araştırmalara göre, televizyona bağımlı hale gelen çocuklarda uyku ve konuşma bozukluğu, dikkat eksikliği, hayal gücünden yoksunluk, kurgu ile gerçeği ayırt edememe, saldırgan tavırlar gösterme eğilimi, dünyayı korkutucu bir yer olarak algılama ve kaygı düzeyinin yükselmesi gibi negatif durumlar oluşmaktadır¹ (Çamlıbel İrkin, 2012: 41; Ertürk, 2011: 56).

¹ Ülkemizde televizyonun olumsuz etkilerinden çocukları korumak için son yıllarda RTÜK tarafından birtakım uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Koruyucu sembol sistemi uygulaması ve İyi Uykular

Bu anlamda G. Gerbner'in Yetiştirme Kuramı'na değinmek yerinde olacaktır. Söz konusu kuram, televizyonun kişi üzerindeki uzun dönem etkilerini incelemektedir. Gerbner'e göre, televizyonu çok seyreden kişilerin televizyonun uzun vadeli etkilerinden korunması mümkün değildir. Bu kişiler belirli bir zamandan sonra televizyonun kurguladığı sanal dünyayı gerçek dünya gibi algılama eğilimi göstermektedirler. Özellikle televizyonda yoğunluklu olarak işlenen şiddet temaları kişiler üzerinde etkili olmaktadır. Buna göre televizyon dünyası kendi bünyesinde gerçek dünyadakinden çok daha fazla şiddet ögesi barındırmaktadır. Televizyon dünyası gerçekliğin klişeleşmiş, seçici ve çarpıtılmış bir görünümünü sunmaktadır. Bunun bir sonucu olarak da televizyon bağımlısı konumundaki bireyler, zihin dünyalarında gerçek yaşamı da bu şekilde kurgulamaya başlamaktadırlar (Mutlu, 2005: 123). Televizyonun bu gibi kültürleyici etkilerine dönük yürütülen çalışmalarda da bu sonuca varmak mümkündür. Tam da bu noktada konuyu örneklen-dirmesi açısından televizyondaki şiddetin birey üzerindeki etki boyutunu ortaya koymak için gerçekleştirilen bir araştırma dizisine değinmek yararlı olacaktır. Bu çalışmada yaşları 6 ilâ 10 arasında değişen çocuklar ile bir araya gelmiş ve çocuklara şiddet içerikli programlar izlettirilmiştir. 15 yıl sonra aynı kişilerle tekrar bir araya gelmiş ve bu programların hem erkek hem de kadın deneklerde saldırgan davranışlara yol açtığı saptanmıştır (MEB 2008: 30).

Ancak şunu belirtmek gerekir ki, televizyonun çocuk üzerindeki etkilerinin olumlu ya da olumsuz olması, takip edilen program içerikleri ile yakından ilgilidir. Televizyonun yukarıda belirtilen olumsuzluklarına karşın kimi araştırmalarda olumlu özelliklerine dikkat çekilmesi bu bakış açısını destekler niteliktedir. Söz gelişi D.G. Singer ve J. L. Singer tarafından okul öncesi çocuklarla gerçekleştirilen bir çalışmada "Barney ve Arkadaşları", "Susam Sokağı" ve "Mister Rogers' Neighborhood" gibi eğitici programların, çocukların bilişsel, sosyal ve dil gelişimine olumlu etkisi olduğu sonucu elde edilmiştir (Akt: Çamlıbel İrkin, 2012: 42). Ülkemizde yayınlanmakta olan 'Pepee' adlı çizgi diziyeye yönelik okul öncesi çocuklar ve ebeveynleri ile gerçekleştirilen bir alımlama çalışmasında da yine televizyonun öğretici yönünün altı çizilmiştir. Söz konusu çalışmada çocuklar Pepee'den öğrendiklerini şu şekilde sıralamışlardır: "Kardeşimi kıskanmamayı, onunla güzel konuşmayı", "diş fırçalamayı", "tuvalet alışkanlığı", "sayıları toplamayı", "şarkı söylemeyi", "yeme alışkanlığı" vs. Çalışmaya katılan çocukların ebeveynleri de Pepee adlı çizgi dizinin eğitici ve öğretici yanlarına dikkat çekmişlerdir (Şeker ve Balcı, 2013: 261).

Dolayısıyla çocuklara yönelik hazırlanan programlar, çocukların zihinsel yapıları ve -sosyal, psikolojik, fizyolojik vs- gelişim süreçleri dikkate alınarak hazır-

Çocuklar Projesi bu uygulamalardan bazılandır. Yine RTÜK ve Milli Eğitim Bakanlığı tarafından ortaklaşa yürütülen 'Medya Okur-Yazarlığı' projesi de ilköğretim öğrencilerinin medyayı doğru okuması yönünde atılan bir başka adımdır.

landığı sürece çocukları olumlu şekilde etkileyebilmektedir. Burada altı çizilmesi gereken nokta yetişkinler için hazırlanan programların çocuklar tarafından da takip edilmesi halinde, çocuklar üzerinde birtakım olumsuz sonuçlar doğurabileceğidir. Bilindiği üzere çocuk ve yetişkinlerin algı süreçleri, dikkat düzeyleri ve duygu yoğunlukları farklılık göstermektedir. Bu da bizi yetişkinlere yönelik hazırlanan programların, bilişsel ve duygusal gelişimlerine uygun olmaması nedeniyle, çok küçük yaştaki çocuklar tarafından izlenmemesi gerektiği sonucuna götürmektedir.

Televizyonun Çocuğun Siyasal Toplumsallaşması Sürecindeki Etkisi

Çocukların uzun süre televizyon karşısında vakit geçirdiği yapılan birçok araştırma ile bilimsel alanda geçerlilik kazanmıştır. Elde edilen bu sonuç “çocukların zamanlarının önemli bir kısmını neden televizyon izleyerek geçirdiği” sorusunu akla getirmektedir. Bu sorunun aslında tek bir yanıtı yoktur. Dolayısıyla yine yapılan araştırmalardan hareketle bu soruya çocuklar tarafından en sık verilen yanıtları şu şekilde sıralamak mümkündür: Eğlenmek, hayal dünyasını zenginleştirmek, bilgilenmek, eğitimlerine katkı sağlamak, yapacak başka bir şey bulamamak² vb. (RTÜK 2006; MEB 2008; Doğan ve Göker, 2012).

Televizyonun da tıpkı diğer kitle iletişim araçları gibi eğlendirme, bilgi ve haber verme, tanıtım ve reklam yapma gibi işlevleri bulunmaktadır. Çocukların vermiş olduğu yanıtlardan da anlaşılıyor ki çocukların televizyonun yerine getirdiği işlevler noktasında farkındalıkları hayli yüksektir. Çünkü televizyonu yalnızca eğlenme amaçlı değil bilgilenmek için de izlemektedirler. Bu bağlamda çalışmamızın ana sorunsalını oluşturan ‘çocuğun siyasal toplumsallaşması sürecinde televizyonun etkisi’, bilgilendirme işlevi ile bağlantılıdır.

Günümüz modern toplumlarında, bireyin toplumsallaşması sürecinde kitle iletişim araçlarının rolü büyüktür. Özellikle heterojen yapıdaki toplumlarda bireylerin sorunsuz şekilde bir arada yaşamalarının sağlanabilmesi için toplumsal değerler ve mevcut kültürel pratikler başta televizyon olmak üzere çeşitli medya organları aracılığı ile alıcılara iletilir. Televizyon bilgilendirme işlevine bağlı olarak hitap ettiği toplumun birtakım norm ve değer yargılarını, tutum ve davranış kalıplarını ve en nihayetinde kültürünü bireylere aktarmakta ve sürekli canlı tutmaya çalışmaktadır (MEB, 2008: 23). Televizyonun gönderdiği iletiler ile kuşatılan birey, toplumsallaşma ve bunun bir uzantısı olarak da siyasal toplumsallaşma sürecinde televizyon ile hep yakın temas içinde bulunmaktadır. Bu noktada televizyonun

² Çocukların verdiği yanıtlar, “Kullanımlar ve Doyumlar” kuramında ortaya konulan izleyici ihtiyaçları ile paralellik göstermektedir. Söz konusu yaklaşımda da kişilerin eğlenme, boş vakitlerini geçirme, bilgilenme ve gündelik hayattan kaçış gibi sebeplerle televizyon izlediği öne sürülür.

siyasal toplumsallaştırma ajanlarından biri olarak değerlendirilmesi kaçınılmaz olmaktadır. Televizyonun -diğer kitle iletişim araçları ile birlikte- bu rolü üstlenmesi II. Dünya Savaşı'na dek uzanmaktadır. Bu sebeple televizyon tarih sahnesinde iktidarlar için son derece cazip ve vazgeçilmez bir araç olmuştur (Akın, 2013: 127).

Tokgöz, (1978: 84) kitle iletişim araçlarının, çocuklar ve gençler için birincil siyasal bilgi alma kaynağı olduğuna dikkat çekmektedir. Bu noktada şu ayrımı yapmakta fayda olacaktır: Çocuklar üzerinde öncelikli etkide bulunan medya kanalları görselliğe dayananlardır. Bu da televizyona işaret eder. Gazete ve dergi gibi yayınların ise birey tarafından okunup, anlaşılabilmesi için belli bir eğitim sürecinden geçilmiş olması gerekir (Akın, 2013: 128) Bu sebeple çalışmamızda çocuğun gerek toplumsallaşması gerekse siyasal toplumsallaşması sürecinde televizyonun etkisi tartışılacaktır.

Televizyonun çocuğun siyasal toplumsallaşması sürecindeki katkısının hangi düzeyde olduğu henüz üzerinde uzlaşmış bir konu değildir. Fakat yapılan kimi çalışmalar televizyonun bu süreçteki payının hayli yüksek olduğunu göstermektedir. ABD'de ilkokulun ikinci devresinde okuyan çocuklar üzerinde yürütülen bir araştırmada, çocukların siyasal liderler ve günlük kamusal nitelikli olaylar hakkındaki bilgileri televizyondan edindikleri görülmüştür. ABD'de anaokulu ve ilkokul öğrencileri üzerinde gerçekleştirilen bir başka araştırmada da yine çocukların televizyon haberlerinden bilgi kazandıkları ve bilgi kazanımının çocuğun yaşı ile orantılı şekilde arttığı tespit edilmiştir. (Tokgöz, 1978: 85). Ülkemizde ilköğretim öğrencileri üzerinde uygulanan bir diğer çalışmada ise hemen her yaş grubundaki çocukların, televizyon haberlerinde görünen siyasi liderleri ayırt edebildiği ve adlarını sayabildiği görülmüştür. Ancak haberleri bilinçli bir şekilde takip etme yaşının 11-12 olduğu saptanmıştır. Araştırmada ortaya çıkan bir diğer sonuç ise çocukların siyasal sistemi, kitle iletişim araçları aracılığıyla soyut kavramlar açısından değil somut kişiler yönünden algıladıklarıdır (Tokgöz, 2010: 164-166).

YÖNTEM

İlköğretim çağındaki çocukların, siyasal toplumsallaşmasında televizyonun rolünü ölçmeyi amaçlayan bu çalışmanın örnek olayını ATV kanalında yayınlanan "Bizimcity" animasyon filmleri oluşturmaktadır. Çocukların bu programa ilişkin kanaatleri ve filmde yer alan kodları nasıl çözümlediklerinden yola çıkarak çocukların siyasal toplumsallaşma boyutlarının ne derecede olduğu saptanmaya çalışılmıştır.

Televizyonda izlenen programlarda, mevcut içeriğin anlamlandırılması sürecinde cinsiyet ve yaş gibi değişkenler etkili olmaktadır. Bizimcity animasyonlarında verilmek istenen mesajlar, mizah dili kullanılarak eğlenceli hale getirilmekle birlikte, mevcut olaylar oldukça basit şekilde resmedilmektedir. Bu bağlamda, Bi-

zimcity'nin karikatürize edilmiş karakterlerinin bir animasyon film şeklinde sunulduğu düşünüldüğünde, filmlerin çocuklar tarafından ilgiyle izleneceği varsayılmıştır. Bu faktörler çalışmanın örnek olayının Bizimcity olarak belirlenmesinde rol oynamıştır.

Bu çalışmada kalitatif bir araştırma tekniği olan odak (focus) grup görüşme yöntemi kullanılmıştır. Görüşmeler Nevşehir'in Gülşehir İlçesine bağlı Alparslan Ortaokulu'nda eğitimlerini sürdüren 7 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Öğrencilerin hepsi ortaokul 2. sınıf öğrencisi olmakla birlikte yaşları 11 ilâ 12 arasında değişmektedir. Görüşülen öğrencilerden 3'ü 12; 4'ü ise 11 yaşındadır. Görüşme yapılan öğrencilerin bu yaş aralığından seçilme sebebi, çocuğun yavaş yavaş siyasal toplumsallaşmaya ve bilişsel olgunluğa erişmeye başladığı dönemi kapsıyor olmasıdır. Çalışmanın odak grubunu oluşturan öğrenciler, 3 farklı şubeden tesadüfi olarak seçilmiştir. Öğrencilerin belirlenmesi aşamasında demografik özellikler itibarıyla tek belirleyici cinsiyet farklılığı olmuştur. Görüşme yapılan öğrencilerden 4'ü kız; 3'ü erkektir. Görüşmeler, okul yönetiminden izin alındıktan sonra yapılmış ve ses kayıt cihazı ile kaydedilmiştir. Sınıf ortamında gerçekleştirilen odak grup görüşmesi, 45 dakika sürmüştür. Görüşmelerde öğrencilere toplam 11 video izlettirilmiş; söz konusu videoların seçiminde çocukların algı düzeyiyle birlikte filmlerde siyasal toplumsallaşmada etkili olan unsurların yer almasına dikkat edilmiştir. Siyasal toplumsallaşmaya yönelik ipuçlarını yakalayabilmek adına Andrew Kohut tarafından geliştirilen "siyasal bilgi skalası"ndan³ esinlenilmiştir.

Görüşmeler giriş soruları, geçiş soruları, anahtar sorular ve kapanış sorularını kapsamaktadır (Hennink, 2007: 54-55). Giriş sorularında televizyonun izlenme sıklığı, hangi programların takip edildiği ve haber algısına dönük sorular yer almış ve her katılımcının konuşması sağlanmıştır. Geçiş sorularında çocukların Bizimcity'yi daha önceden izleyip izlemedikleri, izleyenler varsa nasıl buldukları gibi sorulara yer verilmiş ve çocuklar konunun içine çekilmeye çalışılmıştır. Anahtar sorular kısmında konuya doğrudan giriş yapılmış ve videolar eşliğinde araştırmanın sorunsalına ilişkin kilit sorular sorulmuştur. Anahtar sorularda animasyonlarda yer alan karakterler, olaylar ve olayların işaret ettiği durumlar irdelenmeye çalışılmıştır. Kapanış sorularında ise öğrencilerin ülke gündemine dair değerlendirmeleri alınmış; öğrencilerin araştırmacılara yönelttikleri sorular, araştırmacılar tarafından cevaplandırılmıştır.

Görüşme için yarı-yapılandırılmış soru formu oluşturulmuş ve form soruları, öğrencilerin konuya ısınmaları ve kendilerini daha rahat ifade edebilmeleri için sohbet ortamı sağlanarak, açık uçlu sorularla desteklenmiştir.

³ Bu skala, uluslararası önemli siyasal kişi, kurum ve olaylar hakkındaki sorulardan oluşup, bir ölçüde siyasal bilgi elde etmek için medya kullanımının boyutunu ortaya koymaktadır (Öztürk, 2002: 629).

Analiz, odak grup görüşmelerinin önemli kıstasları dikkate alınarak gerçekleştirilmiştir. Odak grup yöntemine ilişkin bilgi vermesi açısından bu kıstaslara değinmek yerinde olacaktır. Nitel veri toplama sürecinde önemli bir işleve sahip olan odak grup görüşmelerinde bireylerin kendi aralarındaki etkileşimleri ve grup dinamikleri görüşmelerin kapsamını ve derinliğini arttıran faktörlerdir. Bu özellik bu tür görüşmelerin zengin bir veri seti oluşturmasına olanak tanınması açısından önemlidir. Buna ek olarak odak grup yoluyla kısa bir süre içinde birden çok katılımcıya ulaşmak mümkün olmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2011: 151-163).

Odak grup yöntemiyle gerçekleştirilen derinlemesine görüşmeler, araştırmacıya konuya ilişkin önemli veriler ve ayrıntılar sunmaktadır. Burada sözel olduğu kadar sözsüz göstergeler de (jest ve mimikler gibi) araştırmacı açısından değerlendirilebilecek ölçütlerdir. Ancak şunu belirtmek gerekir ki odak grup yoluyla ulaşılan bulguları daha büyük bir popülasyona genellemek uygun değildir. Bununla birlikte insanların belli bir konuya ilişkin algı ve deneyimlerini, tespit etmek üzere kullanmak için son derece uygun bir yöntemdir (Hennink, 2007: 11).

BULGULAR ve YORUM

ATV’de yayınlanan Bizimcity animasyonları, ana haber bülteninin sonunda ekrana gelmektedir. Animasyon filmler, Salih Memecan’ın karikatürlerinin Gürcan Mermertaş tarafından anime edilmesi ile sunulmaktadır. Animasyonlarda ülke gündemine ilişkin günün gelişen olayları ele alınmaktadır. Bizimcity animasyonları üzerinden gerçekleştirilen odak grup görüşmesi 2 ana kategoride değerlendirilmiştir.

Çocukların Televizyon İzleme Tutumları

Çalışmada odak grup görüşmesinden elde edilen veriler 2 ana kategoride ele alınmıştır. Bu kategorilerin ilki çocukların televizyon izleme tutumlarıdır. Bu kategorinin alt kategorilerini ise “çocukların ne sıklıkta televizyon izledikleri”, “televizyonda genellikle hangi programları izledikleri” ve “haber izlemekten hoşlanıp hoşlanmadıkları” oluşturmuştur. Görüşmeye katılan çocukların hepsi televizyon izlemekten hoşlanmaktadır. Ancak televizyon izleme sıklıkları son derece düşüktür. Çünkü çocuklar derslerinden arta kalan vakitlerinde televizyon izlediklerini ifade etmişlerdir. Bu anlamda öğrencilerin ‘Ne sıklıkta televizyon izliyorsunuz?’ sorusuna verdikleri yanıtlar genellikle benzer nitelikte olmuştur. Çocuklar, televizyonda çoğunlukla çizgi film izlediklerini, haber ve belgesel gibi programları ise ebeveynleri ile birlikte izlediklerini söylemişlerdir. Bu durum göstermektedir ki çocukların haber gibi televizyon programlarını izlemelerinde ebeveynleri etkili olmaktadır. Evde televizyonda ne izleneceğine dair kararı kimin verdiği sorusunu, çocuklar “aile üyelerinin ortak karar verdiği” şeklinde cevaplamışlardır.

Ebeveynlerin çocukları ne izlemeleri gerektiği konusunda yönlendirip yönlendirmediklerine; izlenen program hakkında bilgilendirip bilgilendirmediklerine yönelik sorulan soruya öğrencilerin olumlu yanıt verdikleri gözlenmiştir. Yönlendirmelerin genellikle çizgi film izlenmemesi ve haberlerin takip edilerek “dünyada neler olup bittiğine dair haberdar olunması” şeklinde olduğu ifade edilmiştir.

Çocukların siyasal toplumsallaşmasında televizyon haberlerinin etkili olduğu varsayımından hareketle çocukların haberleri takip edip etmedikleri hususu önem taşımaktadır. Nitekim Bizimcity animasyonları genellikle siyasi gündeme ilişkin haberlerin bir özeti niteliğindedir. Bu nedenle çocukların haberlere yaklaşımları söz konusu animasyonlar üzerinden analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu doğrultuda yöneltilen “Haberleri takip ediyor musunuz” sorusuna verilen yanıtlar ile çocukların animasyonları yorumlama biçimleri karşılaştırmalı olarak çözümlenmiştir. Çocukların büyük çoğunluğunun “evet” yanıtını verdiği bu soru, animasyonlara ilişkin yaptıkları yorumlar ile örtüşmüş olup; çocukların gündemden haberdar oldukları sonucunu ortaya koymuştur.

G. K. “Sabah ben okula gelmeden önce kahvaltından sonra 15 dakika vaktim oluyor. O arada sabah haberlerini izliyorum. Hoşuma gidiyor.”

İ. Y. “Haberlerde çok fazla kaza olduğundan pek fazla sevmiyorum.”

M. D. “Denk geldiğinde izliyorum. Güzel oluyor.”

İ. B. “Akşam olduğunda izliyorum haberleri ama çok fazla kaza olursa izlemiyorum. Başka şey izliyorum.”

A. S. “Biz akşam beraber izliyoruz dünyada neler olup bittiğini.”

Burada dikkat çeken bir başka husus da öğrencilerin haberleri izlemeyi sevmelerine karşın kaza haberlerini izlemekten hoşlanmadıklarını belirtmeleri ve haber denilince akıllarına öncelikle “kaza haberlerinin” gelmesidir. Dolayısıyla bu soru “Kaza dışında haber denilince aklınıza ne geliyor?” şeklinde farklı biçimde sorulmuştur. Bu kez haberi, genellikle yakın zamana ilişkin gündemde yer alan olaylardan yola çıkarak tanımlamaya çalıştıkları görülmüştür.

M. D. “Dünyada olup bitenler.”

B. S. “Sınırdaki savaşlar.”

G. K. “Ülkemizle ilgili projeler.”

E. Y. “Sporla ilgili haberler oluyor.”

Bizimcity’yi daha önce izlediniz mi? sorusuna sadece üç çocuk “evet” cevabını vermiştir. “Evet” diyen çocukların Bizimcity’ye dönük ortak yargıları animasyonları komik bulmalarındır. Bununla birlikte İ. Y.’nin “Genellikle gerçek olaylardan yararlanarak gösteriliyor” cevabı, yukarıda sözü edilen Bizimcity’nin haberlerin özeti olduğu şeklindeki tanımlamayla örtüştüğü görülmüştür.

Çocukların Siyasal Bilgi Düzeyleri

Çalışmanın 2. ana kategorisini çocukların siyasal bilgi düzeyleri oluşturmaktadır. Bu kategoriden itibaren yöneltilen sorular çocuklara izletilen 11 Bizimcity animasyonuna yöneliktir. Bu ana kategori “siyasal liderlerin tanınırlığı”, “Türkiye’nin yönetim şeklinin bilinirliği”, “kanun ve yönetmeliklerden haberdar olma” ve “siyasi gündemi takip etme” şeklinde 4 başlıkta değerlendirilmiştir.

Siyasal Liderlerin Tanınırlığı

Türkiye ve dünya liderlerinden bazılarının çocuklar tarafından tanınıp tanınmadıklarını anlamak için üç animasyon film izlettirilmiştir. Bu filmlerin ilkinde Başbakan Recep Tayyip Erdoğan’ın animasyonu yer almıştır. Bu animasyonu izleyen çocukların sadece ikisi Erdoğan’ı tanımıştır. Çocukların, Başbakanın animasyonunu tanıyamamasına karşın “Türkiye Cumhuriyeti Başbakanı kimdir?” sorusuna bütün çocuklar doğru yanıt vermişler ve haberlerde gördüklerinde tanıdıklarını ancak animasyondaki halini, gerçeğine benzetemediklerini ifade etmişlerdir.

Liderlerin tanınırlık durumuna ilişkin çocuklara izlettirilen ikinci animasyonda CHP Lideri Kemal Kılıçdaroğlu’na yer verilmiştir. Bu animasyonu izleyen öğrencilerin hepsi, Kemal Kılıçdaroğlu’nu tanımış fakat ismini bilemeyip sadece soyadını söylemişlerdir. Bu durum haberlerde siyasilerden bahsedilirken, siyasilerin genellikle soyadları ile anılmalarından ileri gelmektedir, diyebiliriz.

Bu kategorideki son animasyon filmi ise dünya liderlerine ilişkindir. Söz konusu filmde ABD Başkanı Barack Obama ve Rusya Devlet Başkanı Vladimir Putin’in animasyonları yer almıştır. Çocukların hepsi Obama’nın ABD Başkanı olduğunu bilmiş ancak hiçbiri Putin’in Rusya Devlet Başkanı olduğunu bilememiştir. Çocuklar bu sorunun yanıtına ek olarak animasyondan ne anladıklarını da ayrıca ifade etmişlerdir. Suriye temasının işlendiği filmde Obama ile Putin el sıkışırken görülmektedir. Filme ilişkin yorumlardan bazıları şu şekildedir:

B. S. “Haberlerde sınırda savaşlar olduğunu görüyoruz. Çizgi film de bununla ilgili.”

M. D. “Suriye’ye yardım için bir araya gelmiş olabilirler.”

İ. Y. “İkisi birleşip Suriye’yi çökertmeye çalışıyor olabilirler.”

Liderlerin tanınırlığına dair çocuklara yöneltilen sorular ve izlettirilen animasyonlardan görülmektedir ki çocuklar haberlerde sıklıkla yer alan liderleri tanımaktadırlar. Bununla birlikte çocukların Türkiye sınırları dışında vuku bulan olayları da ilgiyle takip ettikleri ortaya çıkmaktadır. Bazı çocuklar Obama ve Putin’in Suriye meselesinde çok da iyi niyetli olmadıklarını düşünmektedirler.

Türkiye'nin Yönetim Şeklinin Bilinirliği

Siyasal toplumsallaşma sürecinde yönetim şeklinin bilinirliği önemli bir ölçüttür. Üstelik bu durum çocukların okulda aldıkları bazı derslerle doğrudan ilişkilidir. Bu nedenle okulda öğrenilen teorik bilgilerin, gerçek hayattaki karşılıklarını bulması noktasında çocukların verdiği yanıtlar önemli veriler sunmaktadır.

Türkiye'nin yönetim şeklinin bilinip bilinmediğini ölçmek için ilerleyen süreçte uygulanması düşünülen "Başkanlık Sistemi'nin" anlatılmaya çalışıldığı bir animasyon izlettirilmiştir. Söz konusu filmde Başbakan Erdoğan yer almaktadır. Animasyonda Erdoğan, matruşka bebekler gibi iç içe geçmiş üç seçim sandığını tek tek açmaktadır ve sonuncu sandıktan üzerinde "Başkanlık Sistemi" yazan bir koltuk çıkmaktadır. Söz konusu seçim sandıkları, aşamalı bir seçimin ardından ulaşılacak Başkanlık Sistemi'ne göndermede bulunmaktadır. Şunu belirtmekte yarar var ki bu kez öğrencilerin hepsi Erdoğan'ın animasyonunu tanımıştır. Gösterilen filmin çocuklar tarafından tam olarak anlaşılmadığı görülmüş olup; bu durum hakkında yorum yapmalarını sağlamak adına çocuklara bir takım sorular sorulmuştur. Türkiye'nin mevcut yönetim şeklinin ne olduğuna dair yöneltilen soruya, çocukların hepsi "demokrasi" yanıtını vermiştir. Cumhuriyet'i ise bir yönetim şekli olarak değil; Türkiye'nin kuruluşu ya da devletin adıyla alakalı bir kavram olarak yorumlamışlardır. Çocuklardan bazıları ise Cumhuriyet'i "bağımsızlık, milliyet" gibi kavramlarla açıklamaya çalışmıştır. Bununla birlikte filmde verilerek istenen mesaja dönük verilen yanıtlardan bazıları şu şekildedir:

M. D. (Erdoğan'ı kastederek) "Kendinin başkan olacağını düşünüyor."

G. K. "Biz de oy vererek seçiyoruz başkanımızı."

İ. Y. "Herkes birbirinin oy kutularını alıyor."

Ülkedeki demokrasinin nasıl işlediğine dair soruya G. K.'nin verdiği cevap dikkat çekicidir. G. K. bu animasyondan yola çıkarak seçimlerde bireylerin oy verdikleri bilgisine sahip olduğunu ortaya koymuştur. Benzer şekilde İ. Y. de sandıklarla "oy kullanma" arasında ilişki kurmuştur.

Başkanlık Sistemine ilişkin öğrencilerin herhangi bir bilgiye sahip olup olmadıklarını anlamak için Türkiye'de yönetimin başında olan ismin kim olduğu sorulmuştur. Bu soruya kimi çocuklar Başbakan Erdoğan, yanıtını verirken; kimileri ise Cumhurbaşkanı Abdullah Gül cevabını vermiştir. Yönetimde yer alan kişilerin kimler olduğunun bilincinde olan çocuklar, Türkiye'de "Başkan" olup olmadığı ya da "Başkanlık Sistemi'nin ne olduğu sorusuna ise tam olarak yanıt verememişlerdir.

Kanun ve Yönetmeliklerden Haberdar Olma

Siyasal toplumsallaşma sürecinde kanun ve yönetmeliklerin bilinirliği önemli bir durumdur. Bu nedenle mevcut kanun ve yasaklar hakkında çocukların ne düşündüğünü saptamak adına “araçta sigara içme yasağı”na dair bir film izlettirilmiştir. Bu filmde aracında sigara içen sürücü ile polis arasında yaşanan hadise yer almaktadır. Çocuklardan A. S.’nin verdiği yanıt oldukça dikkat çekicidir. A. S. animasyondan ne anladığını şu sözlerle aktarmaktadır: “Kurallara uyulmayıp o kuralı yapan biri geldiğinde uyuyormuş gibi davranmak.” Burada A. S.’nin polisi kural koyucu olarak konumlandırması önemlidir. Bu durum otoritenin varlığını kabul ve itaati ortaya koymaktadır. E. Y. ise “Araba sürerken sigara içmenin yasak olduğunu anlatıyor” yanıtını vermiştir. Bu animasyondan alınan yanıtlar çocukların sigara yasağından haberdar olduğunu göstermiştir. Buna ek olarak sigara yasağının ihlali halinde hapis cezasının olduğunu söyleyen ve alkol yasağı ile birlikte araç kullanırken telefonla konuşmanın da yasak olduğunu hatırlatan çocuklar da olmuştur.

Siyasi Gündemi Takip Etme

Çocukların siyasi gündemi ne derece takip ettiklerini saptamak için 6 animasyon belirlenmiştir. Bu animasyonlar 4 konu üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu konulardan ilki, ülke gündemini uzun bir süre meşgul eden “Gezi Parkı Olayları’dır.” Gezi Parkı’na dair çocuklara izlettirilen animasyonların ilkinde bir polis ve bir eylemci karşı karşıya gelmekte ve kavgaya tutuşmaktadır. Kavganın sonunda ise ortaya üzerinde “sağduyu” yazılı olan biri çıkmaktadır. Söz konusu animasyonun gezi parkıyla ilişkilendirilmesindeki temel kıstas, eylemcinin elinde “ağacıma dokunma” dövizini taşımasıdır. Konuyla ilgili diğer animasyon ise Gezi Parkı Olayları sürecinde yapılan “tencere-tava” eylemleri ile ilgilidir. Bu animasyonda tencere ile gürültü çıkaran birine karşı elinde oy sandığı ile gelen ve sandığı “davul” gibi çalan bir başkası görülmektedir. Animasyonlara dönük öğrencilerin verdikleri yanıtlar şu şekildedir:

B. S. “Eylem yapıyorlar birincisinde, ikincisinde de Gezi Parkı.”

İ. Y. “Taksimde yaşanan olaylarda polisle normal eylemcilerin birbiriyle çatışması anlatılıyor.”

M. D. “Birincide polislerin insanların hakkını yemeye hakkı yok. İkincide insanlar da kendi haklarını koruyabilir. Polisin karışmaması gerek.”

İ. B. “Birincide eylem yapıyorlar. İkincide haklarını korumaya çalışıyorlar.”

Bu soruya verilen yanıtlar cümle sıklıkları dikkate alındığında yanıtların birtakım ortak paydalarda buluştukları görülmüştür. Öğrenciler, polisin dolayısıyla da otoritenin karşısında yer alan kişileri eylemci olarak tanımlamışlardır. Bu da yu-

karıda değinildiği üzere polisin mevcut otoritesinin çocuklar tarafından içselleştirildiğini ortaya koymaktadır. Bir diğer nokta ise çocukların “hak” kavramına vurgu yapmalarındır.

Çocuklar Gezi Parkına ilişkin filmleri yorumlarken “Taksim” ve “Gezi” adlarını sıklıkla telaffuz etmelerine rağmen olayın içeriği hakkında konuşmamışlardır. Bu nedenle “Taksim’de neler yaşandığına dair” başka bir soru yöneltilerek çocukların orada yaşananlara ait bilgi sahibi olup olmadıkları irdelenmiştir. Çocuklar şöyle cevaplar vermiştir:

İ. Y. “Ağaçlar kesilip bir yer yapılacağı için gösteri yaptılar. Geri ağaç dikmeye çalıştılar.”

M. D. “Çevreye zarar verdiler. Polisler korumaya çalışıyordu. Yetkililer zarar vermeye çalıştı. Oranın haklarını korumak isteyenler de karşı çıktılar.”

G. K. “Oraya bir alışveriş merkezi gibi bir şey yapacaklardı. Sanırım onu önlemek için.”

Siyasal gündeme ilişkin ikinci konu başlığı Mısır’da yaşanan darbe ile ilgilidir. Mısır’daki darbeyi konu alan animasyonda bir göstericinin Mısır piramitlerine spreyci boyaya ile “Darbeye Hayır” yazdığı görülmektedir. Animasyon sonrasında öğrencilerin gündeme dair bilgilerinin olduğu tespit edilmiştir. Çocuklarda animasyonda yer alan eylemcinin piramide yazdığı yazının birilerinin ilgisini çekmeye dönük olduğu kanısı izlenmiştir. Çocukların kelime sıklıkları dikkate alındığında darbe yerine “savaş” kavramını kullandıkları görülmüştür. Bu kez çocuklardan darbe kavramını açmaları istenerek, darbeye ilişkin algıları saptanmaya çalışılmıştır.

İ. Y.’nin “Ordunun normal polisler filan demokrasi haklarını ellerinden alması”, İ. B.’nin “Mısır’ın sahip olduğu her şeyi alabilmek” şeklindeki yanıtlarından anlaşılmıştır ki çocuklar darbeyi demokrasiye karşıt bir kavram olarak konumlandırmış ve darbenin kötü bir şey olduğunu ifade etmişlerdir.

Bu animasyonu desteklemesi ve darbenin Türkiye ile ilişkilendirilmesi noktasında bu kez başka bir film izlettirilmiştir. Söz konusu filmde metinlerarasılık yapılarak Mısır’daki darbe ile Türkiye’de yaşanan ‘80 darbesi’ arasında paralel bir yapı oluşturulmaktadır. Animasyondaki kişi bir zaman makinesinden geçerek 12 Eylül 1980 tarihine gitmektedir. Ancak ulaştığı nokta Mısır’dır. Bu animasyonun izlenmesinin ardından çocuklara ne anladıkları ile birlikte “Bizim ülkemizde hiç darbe oldu mu?” şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Birbiri ile bağlantılı bu sorulara İ. Y. dışında çocukların hiçbirinden anlamlı bir yanıt alınamamıştır. Bunun gerekçesi ise Türkiye’de yaşanan 80 darbesine ilişkin fikir sahibi olmamalarıdır. Sadece İ. Y. Türkiye’de yaşanan 12 Eylül darbesinden haberdardır. İ.Y.’nin bu bilgiyi nereden edindiği sorusuna verdiği yanıt “Seksenler” dizisi olmuştur. Bu da televiz-

yonun siyasal toplumsallaşma üzerindeki etkisini ortaya koyan somut bir örnek olarak değerlendirilebilir.

Yakın siyasi gündemle ilgili olarak çocuklara 2 film izlettirilmiştir. Bu filmlerden ilki Demokrasi Paketi ile ilintilidir. Söz konusu animasyonda Başbakan Erdoğan üzerinde “Demokrasi Paketi” yazan bir paket getirmektedir ve paketin içinden giyisinde demokrasi yazan başörtülü bir kadın çıkmaktadır. Filmde, demokrasinin kamudaki başörtüsü yasağının kaldırılması ile geleceği mesajı verilmektedir. Çocukların sadece bir kısmı konu hakkında görüş belirtmiştir. Konu hakkında fikir sahibi olan kimi çocuklar başörtüsü serbestisinin sadece Mecliste uygulanacağını düşünmektedir. Bunun yanı sıra demokratikleşme paketinin içeriği ile ilgili olarak çocuklar ayrıca “Andımız değişti”; “Andımız gitti” gibi yorumlarda bulunmuşlardır. Yakın siyasi gündeme ilişkin bir diğer film ise uzun dönem askerlik süresinin kısalması ile ilgilidir. Animasyonu izleyen çocukların bu konu hakkında konuşmaya istekli olmamaları konuya yönelik fikir sahibi olmadıklarını akla getirmiştir. Çocuklardan sadece birkaçı askerlik süresinin 12 aya indiğini ifade etmiştir.

SONUÇ

Bireyin bir ömür boyu toplumla olan ilişkisiyle ilgili bir süreci ifade eden toplumsallaşmanın önemli parçalarından biri olan siyasal toplumsallaşma; siyasal inanç, değer ve davranışların toplum tarafından bireye çeşitli yollarla kazandırılması sürecidir. Bu sürecin ilk evresi olan çocukluk, son derece önemli bir dönemdir. Nitekim bu dönemde öğrenilen bilgiler hayat boyu farklı şekillerde kullanılmak üzere kaydedilmektedir.

Siyasi düşünce ve kanaatleri öncelikle ailesinden öğrenmeye başlayan çocuk, ilerleyen süreçte okul, medya ve edindiği çevre ile mevcut tutum ve yargılarını pekiştirmekte ya da değiştirmektedir.

Başta televizyon olmak üzere kitle iletişim araçlarının bireyler üzerindeki etkilerinin giderek arttığı günümüzde çocukların bu etkilerden uzak kalması mümkün gözükmemektedir. Doğrudan ya da dolaylı etkilere sahip olan televizyon, çocuğun siyasal toplumsallaşması noktasında önemli bir belirleyici olmaktadır. Nitekim çalışmada da görüldüğü üzere çocuklar siyasal bilgi düzeylerini televizyon aracılığı ile arttırmakta ve çevresiyle olan münasebetinde televizyondan edindiği bilgileri örtüştürebilmektedir. Örneğin çocuklardan E. Y.’nin, askerlik süresinin kısalmasıyla ilgili olarak televizyonda izlediği haberi “benim dayım gitmişti birazcık ona da vurdu” yanıtı ve Demokrasi Paketi dendiğinde çocukların aklına öncelikli olarak “Andımız”ın kaldırılmasının gelmesi bu durumu somut bir biçimde ortaya koymaktadır.

Çocukların haberleri takip etme durumlarının, haberin içeriğine göre değiştiği saptanmıştır. Verilen yanıtlar doğrultusunda siyasi haberleri belli bir şekilde takip eden çocukların, adli haberleri takip etmekten kaçındıkları gözlenmiştir.

Liderlerin tanınması, yönetim şeklinin ne olduğu, kanun ve yönetmeliklerin farkında olma ve siyasi gündemi takip etmeleri noktasında yöneltilen sorulara verilen yanıtlar, çocukların siyasi bilgi düzeylerine dair ipuçları vermiştir. Çocukların siyasal toplumsallaşma süreçlerinde televizyonun etkilerinin odak grup görüşme yöntemi ile ölçüldüğü bu çalışmada, çocukların siyasal konulara dair fikir sahibi oldukları ve fikirlerinin şekillenmesinde televizyonun önemli bir yere sahip olduğu dikkat çekmiştir. Nitekim çocukların “vekil, meclis, oy hakkı, kişi hakları” gibi kelimeleri bilinçli bir şekilde kullandıkları ve siyasilerden söz ederken onların soyadlarını kullanmayı tercih ettikleri gözlenmiştir.

Gerçekleştirilen odak grup çalışmasında çocukların ‘Bizimcity’ animasyonlarını ilgiyle izledikleri görülmüştür. Bununla birlikte odak grup görüşmesinin sonunda programı daha önce hiç izlemediklerini söyleyen çocukların ‘hangi kanalda ve saat kaçta yayınlanıyor?’ ‘her gün mü çıkıyor?’ ‘kaç tane film veriliyor?’ gibi soruları, programın çocuklar tarafından ilgiyle izlendiğini/izleneceğini göstermesi açısından önemlidir. Bu da programın çocukların algı ve beğeni düzeyine hitap eden ‘çizgi film’ formatında sunulmasıyla açıklanabilir. Bu anlamda söz konusu programın çocukların siyasi gündeme olan merakını arttırıcı bir özelliğe sahip olduğu sonucuna varmak mümkündür.

Odak grup çalışması sözel ifadelerin yanı sıra kişilerin tepkilerini de değerlendiren bir yöntemdir. Bu anlamda çalışmada çocukların görüşme esnasında verdikleri cevaplarla birlikte grup içindeki tepkileri de izlenmiştir. Örneğin söz hakkı almak için kendilerinden istenmediği halde çocukların hepsi parmak kaldırmıştır. Bu da çocukların çok küçük yaşlardan itibaren edindikleri toplumsal çerçeveler doğrultusunda hareket etme, öğretmenlerini otorite merkezi olarak görme ve bu durumdan kaynaklı olarak öğretmenin istek ve beklentilerine cevap vermeleriyle ilgilidir.

Ayrıca görüşme esnasında çocukların grup içi iletişimleri de izlenmiştir. Çocuklar soruları yanıtlarken birbirlerini desteklemeye, varsa birbirlerinin yanlışını düzeltmeye çalışmışlardır. Bu da göstermektedir ki çocuklar otorite merkezlerine karşı birlikte hareket etmektedirler.

Son Not:

Bilim Uzmanı Mustafa İŞLİYEN, Nevşehir Üniversitesi Rektörlük Basın ve Halkla İlişkiler Birimi.

Öğr. Gör. Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN, Nevşehir Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarımı Bölümü.

KAYNAKÇA

- AKIN, M. H. (2013). Siyasallığın Toplumsal İnşası: Siyasal Toplumsallaşma. Konya: Çizgi Kitabevi.
- ALKAN, T. (1979). Siyasal Toplumsallaşma: Siyasal Bilincin Gelişmesinde Ailenin, Okulun ve Toplumsal Sınıfların Etkisi. Ankara: Kültür Bakanlığı Yayınları: 328.
- BALCI, Ş. (2007). Bir Siyasal Kültür Yaratıcısı Olarak Siyasal Toplumsallaşma ve Siyasal Toplumsallaşma Sürecinde Medyanın İşlevleri, İletişim ve Ötesi, Ed: Arık ve Şeker. Konya: Tablet Yay.
- BALTACI, C., UYSAL T., (2012). Türkiye’de Bir Siyasal Sosyalleşme Aracı Olarak Ders Materyali: İlköğretim Sosyal Bilgiler Dersi Üzerine Bir İnceleme, Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C.17, S.3, s.177-194.
- ÇAĞLA, C. (2010). Yeni Başlayanlar İçin Siyaset Bilim. İstanbul: Omnia.
- ÇAMLİBEL İRKİN, A. (2012). Çocukların Gelişim Süreci ve Televizyonun Etkileri. Ankara: Yayınlanmamış RTÜK Uzmanlık Tezi.
- DOĞAN, A., GÖKSEL, G. (2012). Tematik Televizyon ve Çocuk: İlköğretim Öğrencilerinin Televizyon İzleme Alışkanlıkları, Milli Eğitim Dergisi, Bahar, S: 194, s.5-30.
- ELKİND, D. (1999). Çocuk ve Toplum-Gelişim ve Eğitim Üzerine Denemeler, Çev: Öngen. Ankara: Ankara Üniversitesi Çocuk Kültürü Araştırma ve Uygulama Merkezi Yayınları No: 3.
- ERGİL, D., ALKAN, T. (1980). Siyaset Psikolojisi: Siyasal Toplumsallaşma ve Yabancılaşma. Ankara: Turhan Kitabevi.
- ERTÜRK D., (2011). Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı, Çocuk Hakları ve Medya, Haz: Şirin. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- GIDDENS, A. (2008). Sosyoloji, Hazırlayan: Güzel. İstanbul: Kırmızı Yayınları.
- HENNINK, M. M. (2007). International Focus Group Research: A Handbook for the Health and Social Sciences, Cambridge University Press.
- HIZAL, A. (1977). Televizyonun Çocuklar ve Ergenler Üzerine Etkisi, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, Cilt: 10 Sayı: 1. s. 169-186.
- KIŞLALI, A. T. (2011). Siyaset Bilimi, 15. Baskı. Ankara: İmge Kitabevi.
- KUTOĞLU, Ü. (2011). Medya Okuryazarlığı ve Çocuk Eğitimi, Medya Okuryazarlığı, Ed: Türkoğlu ve Şimşek. İstanbul: Parşömen Yayıncılık.
- MASHALL, G. (2009). Sosyoloji Sözlüğü, Çev: Akınhay ve Kömürcü. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- MEB (2008). Öğrencilerin Televizyon İzleme Alışkanlıkları. Ankara: MEB Eğitimi Araştırma ve Geliştirme Dairesi Başkanlığı.
- MUTLU, E. (2005). Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- ORHAN AKAY, E. (2009). Toplumsal, Kültürel ve Katılımsal Boyutuyla Siyasal Davranışın Sosyo-Politik Analizi. Ankara: Nobel Yayınları.
- ÖZTEKİN, A. (2010). Siyaset Bilimine Giriş. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- ÖZTÜRK, S. (2002). Siyasal Bilgilenmede Medyanın Yeri İle İlgili Karşılaştırmalı Bir İnceleme, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 12, s. 625-644.

- RTÜK (2006), İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları. Ankara: RTÜK.
- SİTEMBÖLÜKBAŞI, Ş. (2001). Parti Seçmenlerinin Siyasal Yöntemlerine Etki Eden Sosyo Ekonomik Faktörler: Isparta Örnek Olay Araştırması 1995-1999, Ankara: Nobel Yayınları.
- ŞEKER, T., BALCI, E. V. (2013). Yeni Türk Çocuk Dizi Fenomeni “Pepee” Çizgi Dizisinin Alımlama Analizi, Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türkiyat Araştırmaları Dergisi, Bahar, Sayı: 33, s. 243-264.
- TOKGÖZ, O. (1978). Siyasal Toplumsallaşmada Kitle Haberleşme Araçlarının Rolü ve Önemi, Ankara Üni. Siyasal Bilgiler Fak. Dergisi, Cilt XXXIII, Eylül-Aralık, 1978, s. 79-92.
- TOKGÖZ, O. (2010). İlkokul Çocuğunca Yönetimle İlgili Kavramların Değerlendirilmesi, Seçimler Siyasal Reklamlar ve Siyasal İletişim, Ankara: İmge Kitabevi.
- TURAN, İ. (1976). Siyasal Sistem ve Siyasal Davranış, İstanbul: Der Yayınları.
- YILDIRIM, A., ŞİMŞEK, H. (2011). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Ankara: Seçkin Yayınları.

İNTERNET ERİŞİMLERİ

- http://bizimcity.tv/bizimcity_web/films2352.htm
- http://bizimcity.tv/bizimcity_web/films2350.htm
- http://bizimcity.tv/bizimcity_web/films2342.htm
- http://bizimcity.tv/bizimcity_web/films2326.htm
- http://bizimcity.tv/bizimcity_web/films2325.htm
- http://bizimcity.tv/bizimcity_web/films2323.htm
- http://bizimcity.tv/bizimcity_web/films2312.htm
- http://bizimcity.tv/bizimcity_web/films2305.htm
- http://www.bizimcity.tv/bizimcity_web/films2298.htm
- http://bizimcity.tv/bizimcity_web/films2297.htm
- http://www.bizimcity.tv/bizimcity_web/films2354.htm

MÜLAKATLAR ve YORUMLAR



PROF. DR. DENİZ A. GÜLER ile ÇİZGİ FİLMLERİN KÜLTÜREL İŞLEVLERİ ÜZERİNE MÜLAKAT

*P*rof. Dr. Deniz A. GÜLER İletişim Bilimleri alanında Turizm ve Otel İşletmeciliği eğitim görmüştür. Profesörlük derecesini Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi'nde almıştır. Bireylerarası İletişim Kültürlerarası İletişim temel ilgi alanıdır.

İ&D: *Çizgi filmlerin temel işlevlerinin neler olduğunu anlatabilir misiniz?*

Deniz A. GÜLER: Çizgi filmlerin hem görünen hem de görünmeyen işlevleri vardır. Görünen işlevi, sempati yaratmaktır. Görünmeyen işlevi ise, bireyleri tüketim kültürü içinde toplumsallaştırmaktır. Buradan yola çıkarak çizgi filmlerin eğlendirmek, eğitmek (eğlendirirken eğitmek), doğruyu göstermek, bilgilendirmek, rahatlatmak gibi temel işlevlerinin olduğunu söyleyebiliriz.

İ&D: *Çizgi filmlerin kullanım alanları ve amaçları nelerdir?*

Deniz A. GÜLER: Çizgi filmlerin (canlandırmanın) kullanım alanları çok geniştir. Bu konuda HALAS kullanım alanlarını şu şekilde belirtir:

- Sinemalar için tasarlanarak, eğlendirmek amacıyla yapılan uzun sarımlı filmler.
- Sinemalarda gösterilmek amacıyla sınırlı ölçüde üretilen kısa eğlence filmleri.
- Sinema için hazırlanan reklam filmleri

- Halkla ilişkileri geliştirmek, endüstri, bilim, teknoloji, propaganda ya da satış arttırımı sağlamak için çeşitli alanlarda kullanılmak için yaptırılan film.
- Ulusal ve uluslararası kuruluşlarca yaptırılan film.
- Özellikle televizyon için üretilen ve çocuklar için hazırlanmış eğlence filmleri ve kukla filmleri.
- Üniversitelerde ve liselerde çeşitli bilim dallarında öğretim amacı ile üretilen filmler. Özellikle bilgisayar canlandırma filmleri.
- Öğretim kurumlarında öğrenciler ve sanatçılar tarafından bireysel anlatım ve devinim çalışması biçiminde gerçekleştirilen deneme filmleri.

Çizgi filmlerin kullanım amaçları, kullanıldıkları alana göre değişiklik gösterir. Sinir sistemi, kulağın iç yapısı gibi insan vücudunun içsel işlevlerini tanıtırken ya da anlaşılması güç, karışık bilgilerin aydınlatılmasında yardımcı olurken amaç öğretmek, pekiştirmek olabilir. Bir atomun içindeki nükleer eylemin gösterilmesi gibi, gözle görülemeyen, küçük devinimleri büyülterek görülebilir duruma getirmek başka bir amaç olabilir.

İ&D: *Çizgi film çocukların bilişsel, duygusal ve sosyal gelişimini etkiler mi? Ne şekilde? Yararlı ve zararlı etkileri konusunda bilgi verebilir misiniz?*

Deniz A. GÜLER: Bu çok kapsamlı bir soru. Çizgi filmlerin çocuğun bilişsel, duygusal, toplumsal gelişimlerini nasıl etkilediği, olumlu-olumsuz etkileri nelerdir sorusunun yanıtını ayrı ayrı verirsem 3-4 ciltlik görüşme kitabı olur. Bu nedenle olumlu-olumsuz etkilerine genel olarak değineceğim. Öncelikle çizgi filmlerin olumlu etkilerinden söz edeyim.

* Güdüleyici, eğlendirici ve öğretici özellikleri bulunmaktadır; nesne ve objeleri tanıtmaya, kavramları vermesi ve bunları şarkılarla yenilemesi öğretme yöntemi de çocuğun müzik duygusunu geliştirir.

* Uzak yerler ve dünya hakkında bilgileri verir; Çocukların özünde varolan merak duygusu ve hayal etme gücünün sınırsızlığından yararlanır.

* Olumlu davranışlar sergileyen modeller sunar: Örneğin yakından tanıdığımız Red Kit'in bir zamanlar ağzından eksik olmayan sigarası, sigara içmenin kötülüklerinin artık iyice anlaşılması ve benimsenmesinden sonra bir saman çöpüne dönüştürülmüştür. Böylece hem izleyende sigaraya özenmemiş oluyor, hem de Red Kit evrensel olarak yürütülen anti sigara kampanyasına karşı bir tutum içinde gözüküyor

* Çocukların kendilerini tanıyabilmelerine, kişiliklerini geliştirebilmelerine ortam hazırlar.

* Çocuklara düşünme, sorgulama ve eleştirme fırsatı verir.

Çizgi filmlerin çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerinin en önemlisi şiddete yöneltmesidir. Şiddet içeren sahnelerin güldürücü öğelerle desteklenerek şiddetin

sevimli kılınması istenmeyen davranışlara yol açabilir. Hatta sorunların çözümünde de şiddete başvurulmaktadır. Bilişsel işlevlerin azalmasına, gerçeklikten kopmasına neden olabilir.

Güvenlik sorunları yaşaması diğer olumsuzluktur: gerçekle, hayal ürünü arasındaki belirlemeyi yapmakta zorlanan çocuk, çizgi filmlerin içeriğinde olan uçuşma, kaçma, yok etme gibi davranışların gerçek hayatta da olabileceğini varsayıp bunları deneyebilir.

İ&D: *Çocukların çizgi filmleri çok sevdikleri bilinmektedir. Bunun temel nedenleri neler olabilir?*

Deniz A. GÜLER: Evet. Çocuklar çizgi filmleri çok seviyor ve izliyor. Türkiye İstatistik Kurumunun bir araştırmasına göre 10 yaşına kadar çizgi film izleme oranı %94.

Görüntülerin masalımsı anlatımı, konusu, kullanılan karakterler ve en önemlisi kullanılan karakterlerin insanda sempati yaratması sevilme nedenlerindedir.

İ&D: *Masallar, sözlü kültür ürünlerinin en önemlilerindedir. Eğlencenin yanı sıra birçok işleve sahiptir. Bunların bir millet için en önemlisi “kültür taşıyıcılığı” işlevidir. Şeref Boyraz da bununla ilgili “Binbir Gece Masallarının Yeniden Yayınlanması Dolayısıyla” adlı çalışmasında masalların, geçmişin değer yargılarının ve kültürel unsurlarının önemli bir taşıyıcısı olduğunu (Boyraz 2002: 249) ifade etmiştir. Sizin bu konuda görüşünüz nedir?*

Deniz A. GÜLER: Masallar ağızdan ağıza geçme yoluyla çağımıza ulaşan geleneksel anlatılar. Halk / folklor, sanatsal kurgulu masallar, ilgili toplumun tarihi özelliklerini yansıtır. Bu özellikleriyle de toplumbilim ve antropolojiye gereç olmaktadır. Bu tür masalarda olay önemlidir. Birtakım insanların ilişkilerine değinildiği, çok değişik insan tiplerinin canlandırıldığı ve bu insanların başlarından geçen ilginç serüvenlerin işlendiği görülür. Hatta töresel (ahlaki) amaçlar güdüleyerek bir düşüncenin aşılmasına da çalışılır. Doğal olarak kültürel öğelerin taşıyıcısı konumundadır.

İ&D: *“Doğu masal, Batı roman dünyasıdır” denilir. Çizgi filmler ile masal dünyası arasındaki sıkı bağ dikkate alındığında bu bir imkân mıdır? Türkiye dâhil, Doğu dünyası bu imkanı yeterince kullanmakta mıdır? Türkiye’nin kendine özgü konumu üzerine bize neler söyleyebilirsiniz?*

Deniz A. GÜLER: “Doğu masal” derken, doğunun mistik özelliklerinin olduğunu mu, yoksa sözlü iletişime önem verdiğine mi ya da kollektivistik kültür özelliği taşıdığını mı anlamalıyım? Aynı biçimde “Batı roman dünyasıdır” dendiğinde gerçeklik özelliği taşıyan, individualistik kültüre dayalı olduğunu mu düşünmeliyim?

Ama ne olursa olsun geçmişin masalları, mitleri, arketipleri belirli ölçülerle değiştirilip, dönüştürülerek yeni bir anlatıyla “çağdaş bir masal” olarak sunulmakta ve gösterilmektedir.

İ&D: *Masallar olduğu gibi, çizgi filmler de çocukların ruhsal gelişiminin yanı sıra kültürel gelişimine de etki ettiği düşünülmektedir. Bunu, bir çizgi film üzerinden örnekle açıklayabilir misiniz?*

Deniz A. GÜLER: Çizgi filmler izleyiciye iyilik, güzellik, doğruluk, yardımseverlik...ve benzeri değerleri verir. Bu tür değerleri de hep iyi-kötü, güzel-çirkin, melek-şeytan gibi karşıtlıklar dizgesi ile gösterir.

Örneğin; “Bir çizgi filmde Donald Duck, yüzünde afacan ve mutlu bir ifade ile okula giderken çatal bir yol ağzına gelir. Yollardan biri okulu, diğeri de balık avlamayı göstermektedir. Yol ağzında durur. Durduğu anda da başının çevresinde iki küçük Donald Duck dönmeye başlar. Biri melek, diğeri şeytan görünümüdür. Melek görünümlü olan Donald Duck’ı okula gitmesi için özendirir. Şeytan görünümlü ise, balığa gitmesini, biraz eğlenmesi gerektiğini söyler. Donald, doğal olarak balık avlamayı, eğlenmeyi seçer ve okula gitmez. Sonuçta okula gitmediği için cezalandırılır”. Bu çatışmalar insanın özünde varolan bir duygu değil midir?

İ&D: *Bir milletin kendi kültürünü tüm dünyaya tanıtması açısından çizgi filmlerin büyük rolü olduğu söylenebilir. Peki, bu rolün olumsuz etkilerinden, risklerinden de bahsetmemiz mümkün müdür?*

Deniz A. GÜLER: Eğer çizgi film zorla kültürlenme ya da kültürel özümleme aracı olarak kullanılırsa bir risk taşıyabilir.

İ&D: *Ülkeler arasında küresel ölçekte yürütülen ve hemen hemen her alanı kapsayan hem işbirliği hem de mücadeleden söz edilmektedir. Çizgi filmleri bu rekabetçi dünyada nereye koymak mümkündür?*

Deniz A. GÜLER: İşbirliğini, çocukları tüketim kültürü içinde toplumsallaştırması açısından ele almak gerekir. Bu durum, çizgi filmlerle verilen iletilerin yanısıra, filmlerdeki canlandırma tiplerle ya da kahramanlarla süslenmiş nevrerim takımları, kumbaralar, tişörtler, çantalar ve benzeri yan ürünlerden oluşan bir tecim alanını kapsamaktadır.

İ&D: *Kracauer (1971:163-164), filmin konusu olarak sunulan bütün yapımların, gerçeğin düşe aktarılışı ya da düşün somut biçimde ortaya konulmasına dayandığını vurgular. Çocuğun hayal gücünü geliştirmesi bağlamında çizgi filmlerde hangi yöntem daha etkilidir?*

Deniz A. GÜLER: Aslında KRACAUER bunları söylerken, bir filmin konusunun o ülkenin toplumsal ve ekonomik etkenlerinden soyutlanamayacağını belirtmektedir. Örneğin, Superman, 1933 yıllarında Ohio’lu iki gencin yarattığı kahramandır. İki gencin hayal kurmasında 1929 krizinin kuşkusuz büyük etkisi vardır.

Superman, bu iki gencin yarattığı düş dünyasında “adalet ve gerçeğin savunucusu” oldu. 2. Dünya Savaşı ile birlikte güvenlik kuvvetlerinin tarafına geçerek önemli bir değişime uğradı. Böylece “yasaların ve düzenin savunucusu” oldu. 1962 yılında da bütün ülkelere pasaportsuz giriş hakkı kazandı. 1970’lerde sinemanın el atmasıyla bir film kahramanı oldu. Böylece çizgi romandan filme-çizgi filme geçerek günümüze kadar ulaştı. Değişikliğe uğradığı yıllara bakıldığında Süperman’ın yaratıldığı ülkenin ve dünyadaki gelişmelerden soyutlanamadığı görülür.

Kızların eğitim almasını savunduğu için vurulan Pakistan’lı bir öğrenciyi çağrıştıran Burqa Avenger (Burkalı İntikamcı) da örnek olarak verilebilir. Çizgi filmin olay örgüsü genelde eğitime erişim ve yolsuzluk gibi toplumsal sorunlar etrafında dönüyor. Havada uçan ve burka giyen kadın kahraman, kitap ve kalemle kötülere karşı savaşıyor.

A.B.D.’nin “Wonder Woman” benzeri gibi, Pakistan’a kültürel ikon sunabilir mi?

İ&D: *Bir filmin yapısında filmin konusu ve anlatım biçimi seçiminin önemli olduğunu vurguluyorsunuz. Çizgi filmlerde genel olarak hangi konular tercih ediliyor ve Sizce hangi sebeplerden dolayı? Konu seçimi neden önemlidir? Hangi kriterlere göre seçilmelidir? Türkiye’de bu durum nasıldır?*

Deniz A. GÜLER: Çocuk yapıtlarında ele alınan konular genellikle eğlendirici ve dinlendirici nitelikte bulunmaktadır. Genelde varolma savaşı söz konusudur. İyi-kötü, otorite ilişkileri, kendini kanıtlama, kuvvetli-zayıf biçimde gösterilmektedir. Fromm, tek konu-bir çok çeşitlemesi olduğunu belirterek: “Küçük bir varlık dev bir yaratık tarafından tehdit edilmektedir, öldürülme ya da yutulma tehlikesi ile karşı karşıyadır. Küçük varlık kaçır ve sonunda kurtulmayı başarır, hatta bazen kaçarken düşmana zarar verir” açıklamasını yapar.

Kendi duygusal yaşantılarına yakın olmasa, çocuklar bu konunun yüzlerce çeşitlemesini izlemeye meraklı olmazlardı. Bu güçlü, acımasız bir düşmanın tehditi altındaki küçük yaratık, izleyenin kendisidir. Kuşkusuz çocuk yapıtlarında mutlu son olmasa, sürekli bu tür yapımları izleme isteği de olmazdı.

Türkiye’de üretilen çizgi filmlerde aile, ulus, doğa ve yaşama sevgisi, güzelliğe karşı bağlılık ve sevecenlik; başkalarına karşı nazik, saygılı ve dürüst olma, gelenek ve göreneklere karşı bağlılık, duyarlılık genelde üzerinde durulan konulardır.

İ&D: *“Soyutun Somutlaştırılması: Çizgi Filmlerin Kültürel İşlevleri” adlı yazınızda “Çizgi filmin temel gizil gücünün (potansiyeli), karmaşıklığı açıklığa kavuşturarak, görünmez olanı görselleştirerek ivedi ve özlü bir öğretim sağlamada yoğunlaştığı”ndan bahsediyorsunuz. Bu, her çizgi film için geçerli midir? Bunu bir örnekle açıklayabilir misiniz?*

Deniz A. GÜLER: Evet, geçerli. Örneğin evrensel iletilerin verildiği “Şirinler” zamanı belli olmayan bir mekanda geçmektedir. Her dizide bir kavram veril-

mektedir. “Birliktelik” kavramı şu görüntülerle verilmiştir. Şirin Baba, Bilgin’e yerden bir dal almasını ve kırmasını ister. Bilgin dalı alır ve kolay bir biçimde kırar. Bunun üzerine bir deste dal alarak kırması istendiğinde, kırma eylemini gerçekleştiremez. Aslında bu durum kültürümüzde yaygın olarak kullanılan “bir elin nesi var, iki elin sesi var” deyiminin gösterimidir.

İnsan-insan ilişkilerinde, sevgi ve saygı ilişkilerinin korunduğu, her kültürde olduğu gibi önemli haftaların kutlandığı, zorda kalana yardım etme felsefesinin amaçlandığı konuları da içermektedir. Zaman zaman deneme-yanılma yöntemi ile yaşayarak öğrenmenin insanlara kazandırdığı deneyimlerin önemi vurgulanmaktadır.

İ&D: *Çizgi filmlerin çocuğun hayal gücünü geliştirmede nasıl bir etkisi bulunmaktadır? Kitap ile kıyaslandığında hangisi hayal gücünü zenginleştirmede daha etkili bir araçtır?*

Deniz A. GÜLER: Bir karakterle özdeşleme ya da model alma çocukların hem zihinsel hem de sosyo-duygusal gelişimi için önemlidir. Bir çizgi film karakterinin yerine geçen çocuk, o karakterin bakış açısını anlamaya çalışır. Bu çaba sadece zihinsel süreçleri ve yaratıcı düşünceyi geliştirmekle kalmaz aynı zamanda çocukların empati duygusu kazanmalarına olanak tanır. Bir süper kahraman yerine geçen çocuğun o karakterin nasıl baktığını, konuştuğunu, düşündüğünü ve davrandığını keşfetmesi gerekir.

Çocuklar, ebeveynin değil kendi kontrollerinde olan bir dünya hayal ederler. Çizgi film kahramanlarının özelliklerini günlük yaşamlarına ve oyunlarına yansıtırlar. Kahramanların çizgi filmde kullandıkları “gücümüzü birleştirme zamanı geldi” gibi sloganları oyunlarında kullanırlar. Bu tür özdeşleşme oyunları çocuğun düşünce seviyesinde ortaya çıkan bağımsızlaşma sürecinin ilk adımlarıdır. Ayrıca, çocuklar (özellikle 2-6 yaş arası) engellenme, sevgi, kırgınlık gibi yaşadıkları yoğun duygularla baş edebilmenin bir yolu olarak da tanıdıkları karakterlerin yerine geçme oyunları oynayabilirler. Oluşturdukları hayal dünyasında en güçlü, en hızlı ya da en güzel karakterlerin yerine geçerek aslında gerçek dünyada yaşadıkları korku, yetersizlik, güçsüzlük gibi duygularını yansıtmış ve büyük oranda boşaltmış olurlar. Çocuğun hayal gücünü geliştirmede kitabın ve çizgi filmin önemi büyüktür. Ancak bir çocuk okumayı öğrenene kadar, okuma alışkanlığı edinene kadar kolay ulaşabileceği görsel iletilere daha çok açık kalmaktadır.

İ&D: *Çizgi filmler çocuk seyirciye nasıl iletiler göndermektedir? Türkiye’de çocuklara en çok bilgilendirici/faydalı mesajlar veren çizgi filmi karakterleri hangileridir? Neden?*

Deniz A. GÜLER: Tüm çizgi filmlerin iletisi vardır. Ancak yayınlanan çizgi filmlerin hepsini bilmek olası değil. Dozu kaçırılmadığı sürece, çizgi filmler izleyenler için yararlıdır ve eğitici yanları vardır.

İ&D: *Çizgi filmlerin anlatısında ideolojik aktarımlar söz konusu mudur? Özellikle alt metin olarak filmlere yerleştirilmiş bu türden anlatılar karşısında ne yapılabilir?*

Deniz A. GÜLER: Çocuklar sevecenlikle çizgi filmleri izlerken olayların, karakterlerin masum yüzünü görürler. 1970'li yıllarda yapılan çalışmalar iletileri sorgulamak gerektiğini düşündürdü.

Dorfman-Mattelart, üçüncü dünya ülkelerinin gelişmiş ülkelere ekonomik ve kültürel bağımlılıklarını sürdürmelerini olumlayan iletiler bulunduğunu söyleyerek, Walt Disney'i yayılımcı ideolojinin savunucusu olarak tanımlarlar.

Disney'in çizgi filmlerinde belli düşünce ve yaşam biçimlerinin olduğu görülür. Varyemez Amca'da sık sık seyredilen serüven şudur : zengin olmak için çok çalışmak, aklını kullanmak, bireyci olmak, kimseye güvenmemek, mülkiyeti hırsızlara eş deyişle mülkü olmayanlara karşı korumak,sebat etmek. Tabii ki yeğenlere sahip olmak, eş deyişle aileye gereksinim var. Özcesi Varyemez Amca Walt Disney'in kendisi, yeğenleri de çalışanlarını göstermektedir. Başka deyişle kapitalizmin değerlerini öven söylemler ön planda.

Şirinler çizgi filmde de yönetim, görev tanımları, iş bölümü, uzmanlaşma çerçevesinde konular ele alınmakta, yabancı bir tehdit karşısında dayanışma ve birlikte karar alma süreci gerçekleşmektedir.

1994 yılında Türkiye pazarında en çok bilet sattıran ve ilk sırada yer alan Aslan Kral'da da; yönetimin babadan oğula geçen, cinsiyet ayrımcılığını haklılaştıran, eşitlikçi olamayan demokrasi karşıtı bir ideolojinin verildiği görülmektedir.

Çocuklarla filmi izleyip, film bittikten sonra olumlu-olumsuz görüşleri değerlendirmek, konuşmak gerekir. Neden, niçin, nasıl, ne zaman ve benzeri sorular çocuğun iletişim düzeyine göre sabırla açıklanmalı.

İ&D: Çizgi filmlerde, özellikle bir merak unsuru ve ilgi çekici sıradışılık olarak kullanılan şiddet unsuruna da yoğun olarak yer verilmektedir. Bunun çocuklar üzerindeki etkisiyle ilgili görüşünüz nedir?

Deniz A. GÜLER: Kolaylaştırma ve catharsis etkilerinden söz edilebilir. Kolaylaştırma savının temeli öğrenme ile ilgili kuramlara dayanmaktadır. Doğal olarak çocukların model aldıkları kahramanları iyi çözümlemekte yarar vardır. Acıma ve korku duygularıyla ruhu tutkularından temizlediğini söyleyen catharsis, izleyici üzerinde sorunları çözücü ve rahatlatıcı bir etki de yaratabilir. Çok defa bastırarak bilinçaltına ittiği eksik kalmış duyguları çocuk filmde izleyerek, görerek rahatlayabilir.

İ&D: Çizgi filmlerin bilgisayar imkânlarıyla hazırlanması ya da elle hazırlanması, karakterlerin çizilmesinde ve algılanmasında çocuk bakımından bir fark yaratmakta mıdır? Dijital teknoloji üretimleri getirdiği standartlaşma ile karakterlerin insana benzemesi bakımından sorun doğurmakta mıdır? El ve dijital teknolojileri nasıl mukayese edebiliriz?

Deniz A. GÜLER: Çizgi filmlerin bilgisayar ile hazırlanması ya da elle hazırlanması, karakterlerin çizilmesinde ve algılanmasında çocuk açısından bir fark ya-

ratacağını sanmıyorum. Çünkü her iki kullanımın sunum biçimi canlandırmadır. Bence aralarındaki tek fark çizgi filmlerin üretim sürecindeki zamandır. Her iki teknoloji, üretimde yoğun bir emek ve zaman kullanmakla birlikte el yapımının üretme sürecinde teknolojisinden dolayı yoğunluğu daha fazladır.

İ&D: *Tarihen çocuk kategorisinin modernleşme süreçlerinin bir ürünü olarak fazlasıyla ayrıntılı hale getirildiği, bir uzmanlık alanına dönüştürüldüğü, buna tekabül eden bir endüstri oluştuğu, bunun da çocuğu anlamakta çeşitli engeller oluşturduğu yolunda görüşler vardır. Hatta bir tarihi yaklaşıma göre; çocuğun icadı doğrudan modernleşmenin ürünüdür. Bu konulardaki kanaatlerinizi büyüklerin ve çocukların TV yayınlarından etkilenmeleri bakımından karşılaştırmalı olarak nasıl değerlendirirsiniz?*

Deniz A. GÜLER: Yetişkinlerin ve çocukların özelliklerini ele alarak karşılaştırmakta yarar var. Öncelikle yetişkin, bilinçaltı dürtüleri artık bastırılmış ve savunmalarla bunları control altına almış kişidir. Oysa çocuğun bilinçaltı dürtüleri yeterince bastırılmamıştır, savunmalar zayıftır. Çocuk bu dürtüleri control altında tutamaz.

Yetişkin belli ölçülerini, değer yargılarını bulmuş ve bunlar artık yerleşmiştir. Başka deyişle çocukluk istekleri ile sonraki çevrenin etkileri arasında artık bir uzlaşma oluşmuştur. Oysa çocuk istekleri ile çevresel etkiler arasındaki çelişkiyi çözememiştir. Kendine uygun düşecek değer yargılarını araştırmaktadır, öğrenmeye çalışmaktadır.

Kısaca belirtilen özellikler doğal olarak televizyon yayınlarından etkilenme boyutunu da ortaya koyar.

Tarihsel süreç içinde çocuğun birey olarak benimsenmesi endüstri devrimi ile başlar. Tüm kültürlerde çocuklar hemen hemen aynı aylarda emekler, yürür, gelişim özellikleri gösterir. Ama öğrendiklerinde, öğreneceklerinde kültürden kültüre farklılıklar bulunmaktadır.

1. TÜRKİYE
ÇOCUK VE MEDYA
KONGRESİ
ÇOCUK BİLDİRİSİ



10. Medya kullanıcılarının birbirlerine saygı çerçevesinde davranmasını, birbirimize hakaret, kötü söz içeren paylaşımların yapılmamasını ve medyanın amacı dışında kullanılmamasını istiyoruz.

11. Bize ait bilgilerin başka amaçlarla kullanılmasından korkuyoruz ve buna yönelik önlemler alınmasını, güvenli ve çocuk dostu internet istiyoruz.

INTERVIEW WITH DR. DANIEL R. ANDERSON: CHILDREN and MEDIA

Dr. Anderson is a Professor Emeritus at University of Massachusetts. His published work concerns attention, comprehension, viewing behavior, and the long term impact of television on development, particularly the cognitive and educational aspects of it. His current research interests include toddler understanding of television, the impact of television on parent-child interactions, and the effects of adult background television on infant and toddler behavior.

Anderson was involved in the creation of children's series including Blue's Clues, and Dora the Explorer and Go Diego Go. He has also acted as an advisor to The Sesame Street.

He was one of the distinguished lecturers in Children and Media Congress that took place in Istanbul in last November. We had the chance to have an exclusive conversation with him on media's cognitive and educational effects on children.

I&D: *Recent researches show that television continues to reach more audience on average than any other major medium, across all major demographic groups.*

What is it about TV that has such a hold on us?

Daniel R. Anderson: First, in part it comes from our biological **orienting action**. When we watch TV, our brain focuses its attention on gathering more information while the rest of the body quiets. Whether the simple formal features of television like cuts, edits, zooms, pans and sound effects activate the **orienting action**, thereby keeping attention on the screen. By watching how brain waves were affected by those features, the researchers concluded that these stylistic tricks can trigger involuntary responses and derive their attentional value through the evolutionary significance of detecting movement.

In this sense, TV works at both bottom up and top down perceptual levels. Bottom up is all perceptual and intentional levels. So, if something changes in the screen, your attention is brought back to the screen automatically. We always orient the changes in our environment. This is the bottom up part. The top down part is interpreting what is going on, namely creating a story. So, if TV programming is well designed there is always 'I want to see what is going to happen next'. Average shot lasts about 3 seconds and when you are just about to thoroughly understand what is going on, you get a bottom up change that keeps your attention for a second or two. Now you can move forward to see if your question gets answered. Then of course as you have more sophisticated understanding, larger questions pose themselves; 'I wonder so and so was the murderer' and so on.

The point is that you don't need to take any action and this is a very natural thing for humans to do. While watching TV, we use the parts of the brain that are for situational awareness. **Situation awareness** is the perception of environmental elements with respect to time and space. During TV viewing your situational awareness is always active. So, I am aware of walls around me; I am aware that I am in this room; I am aware that this is a slightly formal meeting.

When you are using a computer or a tablet or a game console, what you experience depends on your action. You constantly have to make choices as to what is going to happen next, which in a lot of ways is good. A well designed computer game is also very enjoyable and really fun. But every time you have to decide what to do it breaks your situational awareness chain. You are now activating a different kind of the brain which is the decision making part of it. So, you lose some of your situational awareness and there is also the possibility that you can make a wrong choice. For a young child, when you touch a wrong button and there comes the wrong screen and takes you to a crazy place, like a commercial that you did not want to look at. Well, to a greater or lesser degree, it happens with all interactive media forcing you to start over. That kind of things never happens with TV, except for commercials. Also, with TV we have to talk about attentional inertia.

The theory of **attentional inertia** holds that attentional engagement increases over the time course of a look at television and that this engagement rapidly dissi-

pates when the look ends. The theory was tested in a study of 41 undergraduate students' viewing of 2 hours of videotaped dramatic television programs and associated commercials. The first result was that inertial engagement sustains looks across boundaries between programs and commercials, that is very important.

The other thing they found was that inertial engagement was associated with greater recognition memory for TV content. So, if you have been maintaining your attention for about 15 seconds without any kind of break, you start moving into a different kind of state and your engagement deepens. You processing more information, your understanding of what is going on improves and most importantly you start shutting down the outside world. So, the longer you maintain your focus on a TV program your engagement gets stronger. There is nothing quite like that when it comes to the computer. Maybe the best designed computer games engage that way. That is why I think TV is still the dominant medium and it seems it will stay the same way at least until interactive technology becomes seamless. I will give you an example of how this could happen: You know the idea of virtual reality. Virtual reality is a computer simulated environment that can simulate physical presence in places in the real world or imagined worlds. So, you have the experience of being immersed in the environment, move in it. If the choices that you make is natural then it will seem seamless. Just the same way as you walk around a real city. So, it is not inherent in interactive media to have the power of the television. It could happen but we are not there yet. So, it is the form, not the content of television that is unique.

I&D: *You have been actively involved in public broadcasting for children as both an academic and consultant. What does your experience tell us about the impact of educational TV programs on children's cognitive development who are younger than preschool age?*

Daniel R. Anderson: Unfortunately, there is very little research on this matter. Recent research, however, has indicated that infants have a great deal of interest in touch-screen media and rapidly learn how to use them. In particular, infants appear to learn from touch-screen applications more effectively than they learn from television.

Although it is too soon to draw conclusions, I am optimistic that touch-screen media can provide useful educational tools during late infancy. Television programs and videos are normally edited. Consider a shot that shows the outside of an office building followed by another shot that shows two people having a discussion inside of an office. An adult who watches such a sequence immediately infers that the second shot represents a space inside of the building seen in the first shot. The adult infers that there is a logical connection between the shots and is not disturbed by the sudden change from outside to inside the building. Infants

begin to recognize and understand shot transitions at about 18 months of age, with their understanding of editing montage growing throughout early childhood.

I&D: *You talk about the down sides of video programs and call it as video deficit phenomenon. What exactly do you mean by it?*

Daniel R. Anderson: Our studies over the years have established that until about 2 ½ years of age, infants' understanding of television and videos is poor. Infants are much better at learning from real-life demonstrations than they are at learning from videos. Unlike what the producers have been claiming, educational videos are not very effective in teaching infants. Besides, there is strong evidence that harmful effects can occur because media distract or displace infants and parents from engaging in positive behaviors and interactions.

When watching a video, infants engage in less sustained and focused attention when an adult television program is on in the background, and parents engage in lower quality interactions with their children. Studies have found that the more children are exposed to television at home, they have poorer language and cognitive development. There is some indication that the type of program on the TV is important. For example, one study found poorer cognitive self-control in infants that was related to exposure to adult, back ground television, but was not related to exposure to child programs Another study found a difference between educational programming and entertainment programming. This study found poorer development of attention in relation to entertainment programming exposure but not in relations to educational programming exposure.

It is widely recognized in child development studies that infants benefit greatly from engaged interactions with their parents and other family members. Social interaction with family members is extremeley important. We use term **video deficit** to explain this fact.

I&D: *There is considerable amount of educational programming for pre-schoolers in the US. Do we know whether the impact of TV viewing for this age group is positive for cognitive development? If so, how does it vary?*

Daniel R. Anderson: At pre-school age, namely 30 months old and older, many children begin to play games on computers, game consoles, and touch-screen devices. The content they watch is mostly of the type intended for children. Beyond the preschool years six years and older, children begin to watch a much larger variety of television programs as well as play a larger variety of computer games and begin to use social media on the Internet. As children approach adolescence, much of the content in their TV viewing and interactive media use is directed at adult audiences. The great increase in screen media use is closely related to preschool children's ability to comprehend media.

Preschool children are able to understand that particular programs have features, such as the use of puppets, or brightly colored animations, that indicate the content is for children. Nevertheless, they do not pay attention to programs that use attractive formal features if they cannot understand the content. By the time they can comprehend media, they selectively choose programs they can understand and pay most attention to parts of the programs that are most important for comprehension. Because preschool children can understand screen media, they can also learn from them. The problem is that starting at about age 6 children are getting more and more interested in adult content. This changes about at 12 years and they only watch small amount of kids programs and less interested in educational programs. The challenge here is that getting them to watch children's program. The children who watch it or made to watch it by bringing the programs to class environment learn from them, there is no question about that. They even like the educational content. If they are left to watch whatever they want they probably choose to watch the violent program.

I&D: *I remember PBS' Bill Nye the Science Guy, Cyberchase and World Girl for older children. Is there any studies done to show us that they have a positive impact?*

Daniel R. Anderson: No, actually there isn't. But studies has shown that children learn from these kind of scientific programs are much more able to apply scientific principals that is taught in the program at high school. There is this show called Crows and they get to learn about how wings work. You test them later and want them to build an airplane from different parts to be put together. It turns out that the children who have seen Crows would choose better parts because they understand the principals better. So, it works. It just takes getting them interested in.

I&D: *Sesame Street was the first TV show to use a carefully designed curriculum to teach preschool children knowledge and skills to prepare them for elementary school. As a part of the Sesame Street team, can you tell us about the need behind of this kind of programming? Is there any research done to measure who is it most beneficial to and what the varying factors are?*

Daniel R. Anderson: During the 1960s President Johnson started a program called war on poverty. I think after the civil rights movement the nation became aware that black children were terribly unprepared for school and had terrible scores in nation-wide tests. Especially in the south but actually all over the country. There was an awareness about this issue and it led to a pre-school education project called 'Head Start'. It was started in President Kennedy's term but after he was assassinated it got established by Johnson administration.

A group of people who were involved in television programming wrote a proposal to make a TV program that was designed as a commercial, because it

was obvious that commercials were much more effective than anything else. That was the original idea but actual program was so different than this initial idea. These producers got funding from two foundations, Ford Foundation and Carnegie Foundation to develop a plot program. Later they got the government interested in it and the US Department of Education provided money as well. A lot of Money was put into it. Remember, it is 1960s and the original budget for developing the whole thing was about 40 million dollars. In today's value it would be more like 400 million dollars. So, they were able to hire the top writers and top producers and Jim Henson was the puppeteer and so on.

Then they hired a lot of top psychologist and advisors including me to create the project. This was never done before. They also hired a lot of good researchers to actually study the different way of producing shows, which ones the children like best, which ones children learn more from. They threw away the commercial idea partly and added other things.

I&D: *So, it was started for under-privileged kids. How did it become to include the other social groups?*

Daniel R. Anderson: It is an interesting story. After a while a lot of rich kids started watching it and show got criticized, this is a show for kids but you got those rich kids watching it. Their defense was 'poor kids are watching it too. What is the problem?' In subsequent studies it turned out that most benefited group from the show was poor kids indeed.

I&D: *Who else benefited from it?*

Daniel R. Anderson: To our surprise, it was more beneficial to boys than girls. In the US, - that maybe true for Turkey, I don't know - culturally there is less demand on boys to learn and to be quiet, sit still, read books and so on. So, girls are better prepared for school. Research showed that the boys who watched Sesame Street got more prepared for school.

There is a strong evidence that handicapped children benefit from these programs too. For two reasons: One is that they have difficulty getting away from where they are. And the other thing is they see handicapped characters in the show as well. It helps a lot.

I&D: *I know a lot of people who enjoy watching sesame street with their kids. What does it make it watchable by adults? Is it intentional?*

Daniel R. Anderson: Yes, it is specifically designed to appeal adults as well. Because there is enough evidence that children learn most when they are watching with their parents.

I&D: *Putting together educational content with entertainment worries some parents. They fear that kids get addicted to the entertainment content and will not learn at school. Do you think that is a valid concern?*

Daniel R. Anderson: I think what that really indicates is that kids are always going to be bored at school. There is a separate world outside the school. The challenge on the one hand is to make school as well as TV, not TV as well as school. The other challenge is to make it better so they are using entertainment time in a positive way.

I&D: *There has been an ongoing debate and growing concern about the effect of TV regarding development of attention. The most common hypothesis is that frequent changes in scenes and content disrupt young children's ability to sustain attention. Some even blame it on the fast pace of programs such as Sesame Street. Is there a correlation between exposure to TV and attention disorders?*

Daniel R. Anderson: Yes, some studies show that television causes attention problems in infancy period but no one really knows how and why. I've done a lot of research on that too. It has not been published yet. The people who found these effects say it is because the rapid changing in the screen and so on. There is some evidence in favor of that. Babies don't know where to look on the picture. So we studied the eye movements. We found that a scene has to last about 12 seconds before babies can find the important spot to focus in the picture. By babies I mean 12 month olds, not the tiny babies. But the average shot lasts for 6 seconds. So, one year old sees images and trying to understand, then it changes even before they figure out what exactly it is about and it changes again and so on. So, it is not the stupidist idea to think that it causes attention disorders. But also no strong evidence either. Plus, many other studies have not found any relation. It is a very confused area right now. I would say the evidence is not good enough to make strong claims.

I&D: *There are claims that heavy usage of the digital media changes the usual structure of the brain. Is there any truth to that?*

Daniel R. Anderson: Those are all empty claims. There is no evidence to that. Anything that changes your behavior or your thinking changes your brain. When I look at you, the areas in my brain that involves face recognition changes.

I&D: *But this is not a physical change, is it?*

Daniel R. Anderson: Actually, it is. Memory is a permanent change. If I see you a year from now and recognize you it causes a physical change in memory cells. What we are learning about the memory is that it both involves biochemical and also structural changes between the connection of neurons. So, in one sense it is obvious that media change the brain. But it is no different than any other kind of life experience. Every experience changes the brain.

I&D: *What is the role of parental involvement in TV viewing and exposure to media content? Does co-viewing substantially change the impact?*

Daniel R. Anderson: At one level family involvement is important as to set the rules for media use in the same way you set rules for every behaviour, like 'pick your clothes off the floor'. You also set the rules like 'certain media are not for you' and 'there is a limit to the amount of time you spend with media', 'have you finished your homework yet'. That kind of things. It is really important that family sets rules and explain the rules to be reasonable. This is one level. In the other level we have co-viewing. I did a study in which we set up cameras in people's homes for ten days and we recorded all kind of interactions in the family. What we realized is that children ask a lot of questions during TV viewing. If they are let to ask questions they often ask: "Is that real? Would that really happen? Parents' responses are really important to the child to understand what really is going on. Some parents, -I should say this is strictly limited to the American parents- don't like that. They don't think kids should be talking during the show. For that kind of family co-viewing doesn't add much at all. So, talking to children, answering their questions, sometimes pointing out something that would get interest of the child is important. We found that 12 month olds follow their parents when they look at the TV. If I am the baby and you are the parent, I look to see what you are looking at. And when they look, they look for a longer period of time. To some extent child is learning from the parent as to what kind of the program is important and it probably helps to understand the medium itself. When it comes to older children, they still look and then they become active and start asking question like 'what does that word mean?' and so on. Then they become teenagers and tell you to be quite.

I&D: *There have been a lot of efforts in the US and other parts of the globe to create special curricula to integrate educational media, such as Ready to Learn Project. Is there any evidence indicating that children's cognitive and language abilities benefited from it?*

Daniel R. Anderson: Well, American teachers think that childrens' use computer games and TV viewing make them less interested in school. But that of course doesn't prove anything. In my opinion it just means teachers need to do a better job. Good teachers already add more fun to their curricula. One important part of a being good teacher is developing a relationship in which children trust the teacher and see teacher as a safe person that they can go to when they have needs of any kind. But the other part of it is that they all need to be a little like Steve of Blues Clues. They have to have enthusiasm and entertainment at the same time.

Now we can start talking about aligning the content with academic standards to improve literacy. According to a study conducted by the Education Develop-

ment Center, low-income children are better prepared in kindergarten when their preschool teachers incorporate educational video and games from PBS' Ready To Learn initiative.

According to a study conducted by the Education Development Center, low-income children are better prepared in kindergarten when their preschool teachers incorporate educational video and games from PBS' Ready To Learn initiative. Research shows that teachers and caregivers who serve low-income communities may themselves not have the training and resources they need to teach early literacy skills. Many teachers are Having difficulties make choices about how much time to invest in digital technologies without clear guidance about the outcomes they can expect. To meet this challenge PBS developed three on line professional development courses that specifically address this need for early educators. In recent studies on the success of these courses, participants demonstrated impressive gains in both specific skill acquisition and knowledge and understanding of key literacy concepts.

I&D: *How about tablets?*

Daniel R. Anderson: It is a similar situation. It totally depends how good the apps are and what the learning is. For example, if it is geography and you want to know about Pan American Highway that goes from North America to South America you could follow it on the tablet and see the pictures of the cities along the way. It is of course much harder with the paper. You could also use some apps that just as easily done as a book etc. So, I think over time tablet are going to replace the books.

I&D: *It is generally assumed that time spent with media or digital technology, regardless of content or quality is central to the way they shape the youthful learning and academic skills. Do you think influence of digital media on young people's cognitive development is that simple? What does the researches tell us about the significance of content?*

Daniel R. Anderson: I prefer to answer this question through an analogy. We do not ask whether food is good or bad for children; rather, we try to determine the best combination of foods, keeping in mind what we think kids like and need. With food the overall quantity ingested is important, but equally important are quality and balance. Same goes for media use as well.

As for the significance of content, I 100 % disagree with Marshall MacLuhan about his 'medium is the message' claim. If you stay all day on the computer or watching TV regardless of what you are doing, then it is the medium, content really doesn't matter.

But in fact content is what really matters. More than the type of media platform or even how much time is spent using media, the content is what determines whether the impact is positive or negative.

Media content that is designed to promote pro-social behavior does increase social capacities such as altruism, cooperation, and tolerance of others. Contrary to common perception, researches show that children and youth use electronic media mainly to better communicate with their offline friends, not with strangers. On the flip side, the content of some entertainment and news programs can cause fear and anxiety in children.

We should also mention that media help develop healthful behaviors such as preventing smoking and alcohol and drug use, and promoting physical activity.

I&D: *Is there a substantial link between using digital media and spatial reasoning & problem solving skills?*

Daniel R. Anderson: Actually, there is. A study suggests that digital experiences allow children to take active control of their own learning, adjusting the pace and the level of difficulty of the material. We observed that when elementary school children engage in both entertaining and educational games that allow them to control their own learning; they spend more time on the activities and therefore learn more.

Students today are truly growing up digital. They can't imagine not being plugged in. We need to take advantage of this and channel it to be something more productive.

I&D: *In today's world media multi-tasking is at an all-time high. You are one of the few researchers who focuses on multitasking in infancy and early childhood. Can you share your major findings with us?*

Daniel R. Anderson: Well, I think the first finding that is worth mentioning is that from early ages children commonly watch TV while they play with toys or engage with family members.

We see it as the earliest form of media multi-tasking. In laboratory studies, we observed that preschool children look at and away from the TV about 150 times an hour. By age 5 years, this multi-tasking becomes more sophisticated in nature. They start learning to monitor the TV audio for features that can alert them when they need to pay full attention. In other words, children learn when and how to look at the TV while they are engaged in another activity. We think it is likely that these early media multi-tasking strategies form the early skill basis for attention deployment during the later formation.

However, we do not really know whether and how these experiences are related to later media multi-tasking or how they are related to later cognitive and attention skills in general. What we know for sure is that the neural systems and associated attention skills undergo prolonged development. We have the evidence

suggesting that this development is not purely maturational and it is substantially influenced by children's social and physical environment and education.

I&D: *What are the challenges that researchers of the field of children and media have been dealing with? Does the move from analog to digital technology have further complicated this already complex issue?*

Daniel R. Anderson: Over the past 50 years, few researchers have had consistent programs of research on the matter. The reasons lie in the insularity of academic disciplines and the lack of sustained sources of research funding. But nevertheless, the media explosion in children's lives is happening, releasing forces with unknown consequences. The field has been evolving and we expect that research would benefit from better coordination, more sustained funding, and greater methodological clarity. The walls that separate sectors are often steep and are seldom scaled. Interactions are few and far between among those who have an interest in, and insights into digital learning, such as researchers, industry leaders, parent groups, media producers, legislators, health care providers, and child advocates and so on. As a result, research and development efforts have been suffering.

The common method that traditional researchers apply is media-use diaries, in which youth record the time they spend using various forms of media. But they are no longer useful as youths are often using two, three, or even four forms of media simultaneously. We need to develop a new way of conceptualizing media exposure to capture accurately children's media use and exposure.

While some researches have been conducted by educational researchers; others come from various branches of psychology such as cognitive, social, and developmental; still others come from neuroscience. In all of these fields, however, for every question that has been answered, many more remain.



ÖZEL EĞİTİM KURUMLARINDAKİ BEDENSEL ENGELLİ ÖĞRENCİLERİN İNTERNET BAĞIMLILIĞI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Yrd. Doç. Dr. Ali KORKMAZ

ÖZET

Günümüzde teknolojik gelişmeler hızlı bir şekilde artmakta ve aynı hızla yaşamımızın her alanına girmektedir. Özellikle bilgisayar ve internet günlük hayatın vazgeçilmezleri arasındadır. Bilgisayar ve internet kullanımı, bilgiye anında ulaşabilme, bilgi paylaşımı, haberleşme, alışveriş, banka işlemleri gibi yaşamımızda birçok kolaylıklar sağlamaktadır. Birçok kolaylık sağlarken aşırı kullanmaktan kaynaklanan birçok sorunu da beraberinde getirmektedir. İnternet, özellikle okul çağındaki çocukların psikolojik ve bedensel gelişimlerini, sosyal ilişkilerini olumsuz yönde etkilemektedir. Aşırı internet/bilgisayar kullanımı bireyin hem eğitim hem de kişisel gelişimini olumsuz yönde etkilemekte, kişiyi bağımlı hale getirmektedir. Bu bağlamda da ortaya çıkan “bağımlılık” kavramının tanımının iyi yapılarak, nedenlerinin, belirtilerinin ve çözüm önerilerinin ortaya konulması önem taşımaktadır.

İnternet günümüzün en önemli iletişim araçlarından birisidir. Gelişen teknolojilerle evden, okuldan, iş yerinden, sokaktan internete bağlanmak kolaylaşmıştır. Genç nüfusa sahip Türkiye’de internet kullanımı, dünyadaki birçok ülkeden fazladır. İnternette aşırı zaman harcama artık tedavi edilmesi gereken önemli bir sorun olarak karşımıza çıkmaktadır. Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de internet bağımlılarının tedavi gördüğü klinikler açılmaktadır. Bu çalışma, Kayseri’de özel eğitim veren okullardaki bedensel engelli öğrencilerin internet bağımlılığını ölçmek amacıyla yapılmıştır. Bedensel engelli çocukların fazla hareket edebilme olanağı olmadığı için internet onlar için önemli bir zaman geçirme aracı olmaktadır. Bedensel engelli öğrencilerin internet bağımlılığını ölçmek amacıyla anket çalışması, yapılmıştır. Çalışmada öğrencilerin, internette kalış süreleri, internette olmadıkları zaman ki psikolojik durumları, aile ve arkadaşlarıyla ilişkileri, çalışma ve okul performansına etkileri, okul ödevlerine, notlarına etkileri ölçülmüştür. Elde edilen veriler tablo haline getirilerek yorumlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bağımlılık, İnternet Bağımlılığı, Bedensel Engelli, Sosyalleşme.

GİRİŞ

Teknolojik gelişmeler bir yandan insanların hayatını kolaylaştırırken, diğer yandan yeni sorunlar yaratmaktadır. Yeni iletişim teknolojilerinden internet, insan hayatının vazgeçilmezleri arasındadır. Özellikle genç nüfusun yoğun ilgi gösterdiği internet, son yıllarda yeni bir bağımlılık türünün de ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Bu bağımlılık, bilgisayar bağımlılığı, aşırı internet kullanma veya internet bağımlılığı olarak literatürde yer almıştır. İlk başlarda gelişmiş batılı ülkelerde görülen internet bağımlılığı, internetin tüm dünyada yaygınlaşmasıyla birlikte, hemen hemen her ülkenin gündemine girmiştir. İnternet kullanmaya sınır getirememeye, internette uzak kalınca agresifleşme ve günlük rutin işleri aksatmayla başlayan bu bağımlılık, özellikle on sekiz yaş altı gençleri olumsuz etkilemektedir. Genç bir nüfusa sahip olan ve on yedi milyondan fazla öğrencinin eğitim gördüğü Türkiye için de internet bağımlılığı, ciddi bir risk teşkil etmektedir.

İnternetin ortaya çıkış amacı insanların hayatını kolaylaştırmak ve iletişimi artırmaktır. Fakat internetin hızlı gelişmesi, birçok sorunu beraberinde getirmiştir. Aşırı internet kullanımı insanların uyku düzenini bozmuş, çalışan insanların işyeri performansını, öğrencilerin ise ödev ve notlarını etkilemiştir. İnternette uzak kalındığında ise sınırlı ve huysuz olma haline dönüşen bu durum, bağımlılık belirtileridir. Aşırı internet kullanımı, özellikle bilinçli olmadıkları için çocuklarda daha yoğun olarak görülmekte ve eğitimlerini, aile-arkadaş ilişkilerini, ruhsal ve fiziksel gelişmelerini olumsuz etkilemektedir.

Çalışmada bağımlılık kavramına, internet bağımlılığı kavramına, internet bağımlılığının belirtilerine, internet bağımlılığı ile ilgili sorunlara ve Türkiye’de internet bağımlılığı konularına değinilmiştir. Kayseri’deki Kocasinan Anadolu Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi ve Empati Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi’ndeki bedensel engelli öğrencilerle anket çalışması yapılmıştır. Ankette, BATEM’in (Bağımlılık Tanı ve Tedavi Merkezi) İnternet Bağımlılığını Değerlendirme Ölçeği kullanılmış ve öğrencilerin internet bağımlılığı ölçülmüştür.

BAĞIMLILIK KAVRAMI

Bağımlı, başka bir şeyin istemine, gücüne veya yardımına bağlı olan kişidir (TDK, 1998: 193). Bağımlılık, yaşamımızı veya sağlığımızı olumsuz etkilemesine karşın herhangi bir şeyin kullanımına devam edilmesidir. İrade ve isteğimizin değil bağımlısı olduğumuz şeyin davranışlarımızı kontrol etmesidir. İnsan düşünebilen bir canlıdır. Acı ve zarar veren şeylerden içgüdüsel olarak kaçır. Fakat yapmaktan ve kullanmaktan mutlu olduğu alışkanlıklarını bırakamaz ya da çok zor bırakır. Bağımlılık bir kez geliştikten sonra, bir daha iyileşmez ve kişinin yaşamı boyunca onunla beraber gelir

Bağımlılık bir davranış biçimidir. Bir tür hastalık olarak değerlendirilmektedir. İnsanlar, bağımlı olduğu şeyden uzaklaştıkça ruhsal sorunlar yaşamaktadır. Bunlar arasında sıkıntı, huysuzluk, mutsuzluk, depresyon, hiçbir şeyden zevk almama yer almaktadır. Kişi arkadaşlarıyla, ailesiyle ilişkilerini azaltır, toplumdaki uzaklaşır, okul ve iş başarıları düşer. Ancak tüm bunlara rağmen, bazı mazeretlere sığınır ve kullanmaya devam eder. Bağımlı kişi, zamanının çoğunu bağımlı olduğu işle geçirir. Hayatının tek amacı bağımlılıklarıdır. Başka şeyler onun için anlamını yitirir. Kişi bağımlı olduğunun farkına varamaz (Özerkmen, 2011: 74).

İnternet Bağımlılığı

İnternet bağımlılığı, internet bağımlılığı bozukluğu, kompulsif (zorlayıcı) internet kullanımı, bilgisayar bağımlılığı, internet bağımlılığı ve sorunlu internet kullanımı terimlerinin tamamı, internette aşırı zaman harcama halini anlatır. Obsesif (saplantılı) davranışlar, özellikle aşağıdaki alanlarda kendini gösterir (dorset.police.uk):

İlişkiler: Arkadaşlarıyla veya ailesiyle yüz yüze iletişim kurmak yerine sohbet odalarında (chat rooms) sanal arkadaşlarla aşırı zaman harcama durumu

Para: Zorlayıcı çevrimiçi kumar, çevrimiçi ticaret ve çevrimiçi açık artırmalara katılma

Bilgi arama: Saplantılı web sörfü veya veri tabanı arama

Oyunlar: Saplantılı bilgisayar oyunları ve çok katımlı oyunlar oynama.

Cinsellik: Yetişkin sohbet odaları, internet üzerinden siber seks veya pornografi bağımlılığı

Amerikan Psikiyatri Birliği'nin 1995 yılında yayınladığı, Mental Bozuklukların Tanı ve İstatistikleri kitabında (Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders-Fourth Edition (DSM-IV) patolojik kumar oyunları için kullanılan bağımlılık modeli, internet bağımlılığı içinde uygun olduğu görülmüştür. Böylece Young (1996), bu modeli geliştirerek, internet bağımlıları için 8 maddelik bir anket haline getirmiştir. Young'ın internet bağımlıları için geliştirdiği ölçek şu şekildedir (Young, 1996: 238):

1. İnternet ile ilgili aşırı meşgul olma hali (önceki internet etkinliğini veya sonraki internet oturumunu düşünmek)
2. Gittikçe artan miktarlarda internet kullanma ihtiyacı
3. İnternet kullanımını azaltmak, durdurmak veya kontrol etmeye yönelik başarısız girişimlerde bulunma
4. İnternet kullanımının azaltmak veya durdurmaya çalışırken huzursuz, depresif ve huysuz olma hali.

5. Başlangıçta olduğundan daha uzun süre internete bağlı kalma
6. İnternetin aşırı kullanılması yüzünden ilişkiler, eğitim, iş ya da kariyer fırsatları ile ilgili sorunlar yaşama.
7. İnternete bağlı kalabilmek için aile üyelerine, terapisteye veya başkalarına yalın söyleme
8. İnternet kullanmayı sorunlardan kaçış yolu veya duyguların değişikliği (örneğin, çaresizlik, suçluluk, anksiyete, depresyon gibi).

Ayrıca Goldberg tarafından geliştirilmiş 7 maddelik DSM-IV sınıflama sistemine göre uyarlanmış bir tanı ölçeği de bulunmaktadır. Goldberg'ın İnternet Bağımlılığı İçin Tanı Ölçütleri (Öztürk ve diğ., 2007: 38), On iki aylık bir dönem içinde herhangi bir zaman ortaya çıkan aşağıdakilerin 3'ü veya daha fazlasıyla kendini gösteren, klinik olarak belirgin bir bozulmaya ya da sıkıntıya yol açan uygun-suz internet kullanımudur.

1. Aşağıdakilerden biriyle tanımlanan tolerans gelişimi.
 - a. İstenecek keyfin alınabilmesi için belirgin olarak artmış internet kullanım süresi
 - b. Sürekli olarak aynı sürelerde internet kullanımı ile alınan keyifte azalma olması
2. Aşağıda tanımlanan şekilde yoksunluk gelişmesi

Ağır ve uzun süreli internet kullanımı sonunda aşağıdakilerden en az 2 tanesinin günler içinde ortaya çıkması (1 ay içinde ortaya çıkabilir) ve kişilerin bunlardan dolayı iş, sosyal ve önemli işlevsel alanlarda sıkıntı yaşamaları.

 - a. Psikomotor ajitasyon
 - b. Bunaltı
 - c. İnternette neler olduğu hakkında takıntılı düşünceler
 - d. İnternet hakkında fanteziler ve hayal kurma
 - e. İsteyerek ya da istemeyerek tuşlara basma hareketi yapma
 - f. Bu sıkıntılı durumlardan kurtulmak için internete veya benzeri servislere bağlanma
3. İnternet kullanımı genellikle planlandığından daha uzun süreler alır
4. İnternet kullanımını bırakmak veya denetim altına almak için sürekli bir istek veya boşa çıkan çabalar vardır.
5. İnternet ile ilgili eylemlere çok uzun süreler ayrılır (kitap almak, yeni web tarayıcıları ve programları denemek, dosyaları düzenlemek vb.)
6. İnternet kullanımı nedeniyle önemli toplumsal mesleki etkinlikler veya boş zamanları değerlendirme etkinlikleri bırakılır veya azaltılır.

7. İnternet kullanımı, yol açtığı sorunlara (uykusuzluk, evlilik problemleri, iş ve randevulara geç kalma vb.) rağmen aşırı olarak devam eder.

İnternet bağımlılığı her yaşta ve cinsiyette görülen bir rahatsızlıktır. Yapılan bazı çalışmalarda

internet bağımlısı olarak nitelendirilebilecek hastaların oranı toplam kullanıcıların %1.98'i ile %3.5'u arasında değişmiştir. Ayrıca internet bağımlılığı açısından risk altında olabileceği düşünülen kullanıcıların oranı ise %8.68 ile %18.4 arasında bulunmuştur. En büyük risk grubu 12-18 yaş arasındaki ergenlerdir. Her iki cinsiyette de görülebilmeye rağmen erkeklerde kızlardan 2 veya 3 kat daha fazla görülmektedir. Tipik bir internet bağımlısı haftada 40-80 saat arasında bilgisayar başında kalmakta ve tek seferde hiç aralıksız 20 saate kadar bilgisayar başından kalkmayabilmektedir (Öztürk ve diğ., 2007: 39).

İnternet Bağımlılığının Belirtileri

İnternet bağımlılığı ile ilgili araştırmalar incelendiğinde; genel olarak internet kullanım şekli ve internetin neden olduğu sonuçların ele alındığı ve incelendiği görülmektedir. İnternet bağımlılığının belirtileri (Balta-Horzum, 2008; 190);

- Yalnızca bir kaç dakika harcamaya niyetli olunmasına rağmen saatler harcaması;
- Arkadaşlarına yalan söyleme;
- Ekranın başında her oturuşta saatlerce kaldığı için fiziksel sorunlara maruz kalma;
- Sürekli olarak bir sonraki bağlanma zamanını bekleme;
- Aradığı bilgiyi bulmada hep bir adımcık kaldığını düşünme;
- İnsanlar ile internet üzerinden konuşmayı, insanlarla yüz yüze konuşmaktan daha rahat bulma;
- e-postada yeni bir şeyler var mı diye bakmak için sürekli istek duyma;
- İnternete girmek ya da internette kalmak için yemek öğünlerini, derslerini veya randevularını görmezden gelme;
- İnternetin başında bu kadar fazla zaman geçirdiği için suçluluk duyma ve hoşlanma arasında gidip gelme;
- Herkese mail adresi, sohbet odası adları ve ICQ numarası verme veya dağıtmaya çalışma;
- İnternet dışı uğraşlara ilginin kaybolması ve iş verimliliğinin düşmesi;
- İnternette çok geç saatlere bağlı kalmak yüzünden sürekli uykusuz kalma ve yorgunluk;

- Bilgisayar kullanımı nedeniyle eşler arasında anlaşmazlık ve sorun çıkması olarak ifade edilmiştir.

Kişilerin internet bağımlılığı düzeylerinin ve internet bağımlısı olup olmadıklarının ölçülmesi ile ilgili farklı ölçüm şekillerinin ve yaklaşımların bulunduğu görülmektedir. Örneğin; Young (1998) internet bağımlılığını bir testle, Cengizhan (2003) ise, bağımlılığı ifade eden maddelerden oluşan ölçek aracılığı ile ölçmeyi tercih etmiştir. Beard (2005) ölçek kullanmak ya da haftalık internet kullanım süresini dikkate almak yerine, bağımlılık ölçeklerinde yer alan soruları açık uçlu sorulara çevirerek oluşturduğu klinik görüşme formunun kullanılmasını önermektedir. Thompson (1996), kişinin kendisini internet bağımlısı hissedip hissetmediğini temel almaktadır. Brenner (1996) ise haftada 40 saatten fazla internet kullananları bağımlı olarak kabul etmektedir. İncelenen bu araştırmalar arasında en çok Young'ın internet bağımlılığı testinin kullanıldığı görülmektedir (Balta-Horzum, 2008: 191).

İnternet bağımlılığı üzerine yapılan araştırmalar sonucunda tanımlanan belirtiler Tablo 1'de (Sally, 2006) ayrıntılı olarak gösterilmektedir. Aşağıdaki tabloyu açıkla mahiyette benzer bir değerlendirmede bulunan Chou ve Hsiao'ya (2000) göre de bazı şartların oluşması durumunda insanların internet bağımlısı oldukları düşünülebilmektedir. Söz konusu koşulları sıralayacak olursak (Balci-Gülner, 2009: 8):

(1) İnternet bireylerin hayatlarındaki en önemli faaliyet halini alır ve düşünme sistemlerinde baskın bir konuma gelir;

(2) İnternet kullanımı onlarda "gerçek dünyadan kaçış" ya da başka benzer deneyimlere yol açarsa;

(3) İstenen etkiyi elde edebilmek için çok uzun çevrimiçi saatler geçirmeleri gerekirse;

(4) Çevrimdışı olduklarında kendilerini rahatsız ya da huzursuz hissederlerse;

(5) İnternet kullanımı onlar ve aileleri, öğretmenleri ya da arkadaşları arasında ve onların, diğer çalışmalara veya uykuya ayıracakları zaman ile internette harca-yacakları zaman arasında çatışmaya yol açarsa;

(6) İnternet kullanımlarını kesmeye ya da azaltmaya çalıştıkları halde bir süre sonra eski kullanım örüntülerine geri dönüyorlarsa

Tablo 1: İnternet Bağımlılığının Belirtileri (Balcı-Gülнар: 2009: 8):

| GRUP | BELİRTİLER |
|-----------------------------------|--|
| Davranışsal Etkiler | <ul style="list-style-type: none">· Tolerans: Gözle görülür biçimde giderek artan miktarda çevrimiçi zaman geçirme ihtiyacı· Niyetlenildiğinden daha uzun ve daha sık internet kullanma· İnternetle bağlantılı etkinliklerde büyük miktarda zaman harcama· Kullanım düzeyi hakkında yalan söyleme· Zihnin süreli internetle meşgul olması· Problemlerden kaçış için internet kullanma· Muhtemelen internet kullanımından kaynaklanan sürekli bir fiziksel, toplumsal, mesleki ve psikolojik bir soruna sahip olduğunu bilmesine rağmen, kişinin internet kullanımını devam ettirmesi |
| Fiziksel ve Ruhsal Etkiler | <ul style="list-style-type: none">· Geri Çekilme Belirtisi: İnternet kullanımının sonuçlarını endişe içinde karşılama, internet hakkında saplantılı düşüncelere kapılma· İnternet kullanımını kontrol etme veya azaltmak için sürekli arzu duymak· Kan basıncı, kalp dolaşım sistemi, stres, hatırlama zorlukları, konsantrasyon eksikliği, baş, mide ve kas ağrıları ile görme zayıflıklarındaki artış· Durgunluk, uykusuzluk, panik atak ve kızgınlık hallerindeki artış |
| Sosyal Etki | <ul style="list-style-type: none">· İnternet kullanımı sebebiyle önemli sosyal, mesleki veya boş zaman etkinliklerinin terk edilmesi· İş yerinde artan bir gerilim ve rekabet sonucunda verimliliğin düşmesi· Çalışma günlerinin uzaması, boş zamanların azalması. |

İnternet Bağımlılığı İle İlgili Sorunlar

Aşağıda aşırı internet kullanmanın neden olduğu sorunlar belirtilmiştir (dorset.police.uk):

- Yemek öğünlerini atlama, uyku düzeninin bozulması ve yapılacak işleri aksatma

- İnternette fazla zaman harcadıkları için günlük rutinleri, diğer çalışmaları ve sorumlulukları ihmal etme

- Aile ve arkadaşlarla ilişkileri, okul performansını etkiler

- İletişimin durumuna göre ekonomik problemler yaşama, örneğin içerikler için, kumar oynama veya abonelikler için ödemeler.

- Aşırı bilgisayar kullanmaya bağlı olarak kötü beslenme ve egzersiz azlığı sebebiyle fiziksel problemler yaşamak. Örneğin göz kuruması, Carpal Tunnel Sendromu ve sırt ağrısı.

İnternet, farklı tipte fonksiyonları temsil eden bir araçtır. Tablo 2’de internet bağımlılarının ve bağımlı olmayanlarının en çok kullandıkları internet uygulamalarının oranlarını göstermektedir (dorset.police.uk):

Tablo 2: Bağımlı ve Bağımlı Olmayanların En Çok Kullandıkları İnternet Uygulamaları

| Uygulamalar | İnternet Kullanıcısı Tipi | |
|---|---------------------------|-------------|
| | Bağımlılar | Bağımsızlar |
| Sohbet Odaları | %35 | %7 |
| MUD’s (Multi-User Dungeons, çoklu kullanıcılar) | %28 | %5 |
| Haber Grupları | %15 | %10 |
| e-mail | %13 | %30 |
| WWW (World Wide Web) | %7 | %25 |
| Bilgi Protokolleri | %2 | %24 |

Sonuçlar göstermektedir ki, iki grup arasında yani bağımlı ve bağımlı olmayanlar arasında internet kullanımlarında farklılıklar görülmektedir. Bağımlı olmayanlar, interneti daha çok bilgi toplamaya (e-mail, World Wide Web ve bilgi protokolleri) yönelik kullanmaktadır. Bağımlılar ise, ağırlıklı olarak sohbet odaları, MUD’s (Multi-User Dungeons=çoklu kullanıcılar), haber grupları ve e-mail gibi iki yönlü iletişimlerini tercih etmektedirler (Young, 1996: 241):

Dünyada ve Türkiye’de İnternet Bağımlılığı

ABD’de yapılan, internet bağımlılığı düzensizliği raporuna göre, internetin bağımlılık yapan ve kişilerin ilişkilerini bozan en önemli alanların başında sohbet odaları, oyun ve program indirilen siteler gelmektedir. Morahan-Martin ve Schumacher 277 kolej öğrencisi üzerinde patolojik internet kullanım olarak adlandırdıkları davranışı incelemişlerdir. Bağımlı olarak değerlendirilen kullanıcıların haftada ortalama 8.48 saat nete bağlı kaldıkları. Ayrıca bu kişilerin UCLA Yalnızlık ölçeğine göre daha yalnız kişiler olduğu bulunmuştur. Chien Chou, Ming-Chun Hsiao Tayvan’da 12 üniversite ve kolejdeki 910 geçerli sonuç veren öğrenci üzerinde yaptıkları araştırmada grubun internet kullanım oranı haftada 20-25 saat olduğunu bulmuşlardır. Bu oranlar deneklerin yaşadıkları ülkeye, toplumsal statülerine göre değişim göstermektedir (Aksoy, bagimlilik.info).

Türkiye’de bilgisayar ve internet yaygınlık oranı Avrupa ortalamasından düşük değildir. 75 milyonluk ülkede yaklaşık 25 milyon civarı Messenger kullanıcısı bulunmaktadır. MSN kullanıcılarının %50’si 35 yaşın altında ve %65’i erkek kullanıcıdır. Araştırmalara göre internet kullananlar arasındaki bağımlılık oranı %6’dır. Bu oran, Yunanistan’da %8, Güney Kore’de %12’dir. İstanbul Psikiyatri Enstitüsü ekibinin 632 kişiyle yaptığı internet bağımlılığı testinde, 55 kişi bağımlılık sınırını aşmıştır. Bu da %9’luk bir orana denk gelmektedir. Türkiye’de internet bağımlılığı artan bir sorun olarak kabul edilmektedir. TÜİK’in Nisan 2011’de gerçekleştirdiği Hane halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonuçlarına göre Türkiye genelinde hanelerin internete erişimi %42,9’a yükselmiştir. 16-74 yaş grubundaki bireylerde internet kullanım oranıysa %45’dir (Öztürk, 2012: 8).

Yeniden Sağlık ve Eğitim Derneği tarafından 2004 yılında yapılan Gençlik Anketi araştırmasında lise öğrencilerinin yaşadıkları sorun alanlarını tespit etmek hedeflenmiştir. Araştırmaya 3483 lise II. sınıf öğrencisi katılmıştır. Öğrencilerin %15,8’inin internet kullandığı, %20,6’sının bilgisayarda oyun oynadığı, %6,2’sinin internet kafeye gittiği saptanmıştır. Erkeklerin kızlara göre 4,7 kat daha fazla oyun oynadığı, 2,5 kat daha fazla orana internet kullandığı, 7,2 kat daha fazla internet kafeye gittiği bulunmuştur (Aksoy, bagimlilik.info).

AMAÇ ve YÖNTEM

Araştırmanın amacı ve önemi: Bu çalışmanın amacı, Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi’nde eğitim alan bedensel engelli öğrencilerin internet bağımlılığını ölçmek amacıyla yapılmıştır. Bu bağlamda, Kayseri’de iki Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi’nde eğitim alan öğrencilere anket uygulanmıştır. Ankette internet kullanımı, internetin ev, okul ve işlerine etkileri, aile ve arkadaş ilişkilerine etkileri, internet başında kendini nasıl hissettiği, sosyal ve ruhsal hayatına etkileri, internetsiz bir hayatın kendilerini nasıl etkileyeceği, internette ne kadar zaman geçirdikleri gibi

sorularla öğrenciler analiz edilmiştir. Türkiye’de internet bağımlılığı merkezlerinin açılması ve aşırı internet kullananların sayısının artması dikkat çekicidir. Yapılan çalışma, bu açıdan önemlidir.

Araştırmanın yöntemi: Çalışmada bedensel engelli öğrencilere anket uygulanmıştır. Demografik sorular dâhil 25 soru sorulmuştur. Araştırma, öğrencilerinin internet bağımlılığını ölçmek amacıyla yapılmıştır. Ankette, BATEM’in (Bağımlılık Tanı ve Tedavi Merkezi) İnternet Bağımlılığını Değerlendirme Ölçeği kullanılmış ve öğrencilerin internet bağımlılığı ölçülmüştür.

EVREN ve ÖRNEKLEM:

Evren: Araştırmanın evrenini, Kayseri’deki iki Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi oluşturmaktadır. Bu merkezler, Kocasinan Anadolu Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi ve Empati Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi’dir. Bu iki merkezdeki bedensel engelli öğrenciler çalışmanın evrenini oluşturmaktadır.

Örnekleme: Çalışmanın örneklemini, Kayseri il merkezindeki iki özel eğitim ve rehabilitasyon merkezinde eğitim alan ve çalışmaya katılmak isteyen 147 öğrenci oluşturmaktadır. Araştırmaya, 85 öğrenci Kocasinan Anadolu Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezinden, 62 öğrenci Empati Özel Eğitim ve Rehabilitasyon Merkezi’nden seçilmiştir. Anket formu, 4-15 Mart 2012 tarihleri arasında iki merkezde uygulanmıştır.

BULGULAR

İki merkezdeki öğrencilerden internet kullananlara anket uygulanmıştır. Ankete katılan öğrencilerin 79’u erkek ve 68’i bayandır. Araştırma sonucu elde edilen veriler aşağıda tablolarla yorumlanmıştır.

Tablo 3: Demografik Özellikler

| 23. Yaş | | 24. Eğitim | | 25. Cinsiyet | |
|-----------------|----------|-----------------|----------|--------------|---------|
| 12-15 arası | 69 (%47) | İlköğretim | 81 (%55) | Erkek | 79 kişi |
| 16-19 arası | 41 (%28) | Lise | 55 (%37) | Yüzde | %53, 75 |
| 20-23 arası | 21 (%14) | Üniversite | 7 (%5) | Kadın | 68 kişi |
| 24 yaş ve üzeri | 16 (%11) | Üniversite mez. | 4 (%3) | Yüzde | %46,25 |

1. Planladığınızdan daha uzun süre internette kaldığınız oluyor mu? Sorusuna %28'i hiçbir zaman cevabını vermiştir. Fakat %15 ise her zaman cevabını vermiştir. Arada sırada, sık sık ve her zaman şıklarını işaretleyenlerin oranı %48'e denk gelmektedir. Bu durum, ankete cevap verenlerin yaklaşık yarısının (%48) internette, planladıkları süreden fazla internette kaldığını göstermektedir.

2. İnternete çok zaman geçirdiğinizden dolayı ev işlerini ve ev halkını ihmal ediyor musunuz? Sorusuna, %36'sı hiçbir zaman cevabını vermiştir. %9'u her zaman ve %25 ise arada sırada cevabını vermiştir. Anketten çıkan sonuçlara göre öğrenciler, internet yüzünden genelde ev işlerini ve aile ilişkilerini ihmal etmektedirler.

3. İnternette olmadığınız zaman keyifsiz, hırçın, sinirli oluyor musunuz? Sorusuna %56 gibi büyük bir oran hiçbir zaman ve %6 gibi bir oran ise her zaman cevabını vermiştir. Her zaman şikkının düşük olması olumlu olmakla birlikte, arada sırada ve sık sık şıklarıyla birlikte yaklaşık 5 kişiden biri internetten mahrum kaldıklarında keyifsiz ve mutsuz olduklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4: Anket Uygulaması

| | Hiçbir zaman | Nadiren | Arada sırada | Sık sık | Her zaman |
|--|--------------|---------|--------------|---------|-----------|
| 1.Planladığınızdan daha uzun süre internette kaldığınız oluyor mu? | 41(%28) | 35(%24) | 26(%17) | 23(%16) | 22(%15) |
| 2.İnternete çok zaman geçirdiğinizden dolayı ev işlerini ve ev halkını ihmal ediyor musunuz? | 53(%36) | 32(%22) | 37(%25) | 12(%8) | 13(%9) |
| 3.İnternette olmadığınız zaman keyifsiz, hırçın, sinirli oluyor musunuz? | 82(%56) | 37(%25) | 15(%10) | 5(%3) | 8(%6) |
| 4.İnternette geçirdiğiniz zamanı başkalarından saklıyor musunuz? | 66(%45) | 23(%16) | 37(%25) | 16(%11) | 5(%3) |
| 5.Hayatınızdaki diğer kişiler internette geçirdiğiniz süre hakkında şikâyet ediyorlar mı? | 44(%30) | 33(%22) | 57(%39) | 9(%6) | 4(%3) |

4. İnternette geçirdiğiniz zamanı başkalarından saklıyor musunuz? Sorusuna, deneklerin %45'i hiçbir zaman internette geçirdiği zamanı saklamadıkları cevabını vermiştir. %3'ü ise internette geçirdikleri zamanı başkalarından gizledikleri ceva-

bını vermiştir. Yaklaşık 4'te biri ise internette geçirdikleri zamanı arada sırada sakladıklarını ifade etmişlerdir.

5. Hayatınızdaki diğer kişiler internette geçirdiğiniz süre hakkında şikâyet ediyorlar mı? Sorusuna, deneklerin %3'ü her zaman, %30'u ise hiçbir zaman şikâyet etmediklerini belirtmişlerdir. %39'u ise arada sırada şikâyet ettiklerini belirtmişlerdir. Çıkan sonuçlardan, deneklerin yarısına yakını, zaman zaman diğer kişilerden internette geçirilen süre hakkında bir şikâyetle karşılaşmaktadırlar.

6. İnternete fazla zaman ayırdığınızdan dolayı notlarınız ya da okul ödevleriniz aksıyor mu? Sorusuna, deneklerin yaklaşık yarısı (%51), hiçbir zaman aksamıyor cevabını vermiştir. %8'i ise, internette fazla zaman geçirdikleri için ödevlerinin aksadığını ve notlarının düştüğünü belirtmişlerdir.

7. Yapacak başka işiniz olmasına rağmen maillerinizi sık sık kontrol ediyor musunuz? Sorusuna, deneklerin %6'sı her zaman cevabını vermiştir. Fakat büyük çoğunluk (%54), yapacak işleri olduğu zaman sık sık maillerini kontrol etmemektedirler. %16'sı nadiren, %13'ü arada sırada ve %11'i ise sık sık maillerini kontrol etmektedirler.

Tablo 5: Anket Uygulaması

| | Hiçbir zaman | Nadiren | Arada sırada | Sık sık | Her zaman |
|--|--------------|---------|--------------|---------|-----------|
| 6.İnternete fazla zaman ayırdığınızdan dolayı notlarınız düşüyor, okul/ödevleriniz aksıyor mu? | 75(%51) | 15(%10) | 26(%18) | 19(%13) | 12(%8) |
| 7.Yapacak başka işiniz olmasına rağmen maillerinizi sık sık kontrol ediyor musunuz? | 79(%54) | 24(%16) | 19(%13) | 16(%11) | 9(%6) |
| 8.Çalışma veriminiz veya performansınız internet kullanımı yüzünden olumsuz etkileniyor mu? | 42(%28) | 32(%22) | 43(%29) | 23(%16) | 7(%5) |
| 9.İnternette geçirdiğiniz sürede ne yaptığınız sorulduğunda ne sıklıkta savunmacı oluyorsunuz? | 78(%53) | 18(%12) | 35(%24) | 6(%4) | 10(%7) |
| 10.Yaşamınız ile ilgili kaygılardan, sorunlardan internet vasıtası ile kaçtığınız oluyor mu? | 104(%71) | 21(%14) | 16(%11) | 3(%2) | 3(%2) |

8. Çalışma veriminiz veya performansınız internet kullanımı yüzünden olumsuz etkileniyor mu? Sorusuna, %29'u arada sırada cevabını vermiştir. %5'lik bir oran ise her zaman şıkkını işaretlemiştir. Nadiren ve hiçbir zaman şıklarını işaretleyenler ise, %50 gibi bir orandır.

9. İnternette geçirdiğiniz sürede ne yaptığınız sorulduğunda ne sıklıkta savunmacı oluyorsunuz? Sorusuna, deneklerin %7'si her zaman şıkkını vermiştir. %53 gibi büyük bir oran ise, savunmacı olmadıklarını belirtmişlerdir. %24'ü ise arada sırada savunmacı olduklarını ifade etmişlerdir.

Tablo 6: Anket Uygulaması

| | Hiçbir zaman | Nadiren | Arada sırada | Sık sık | Her zaman |
|--|--------------|----------|--------------|---------|-----------|
| 11. Günlük işlerinizi yaparken interneti düşünür internette olduğunuz zamanlarla ilgili hayal kuruyor musunuz? | 56(%38) | 41 (%28) | 38 (%26) | 8 (%5) | 4 (%3) |
| 12.İnternetsiz bir hayatın sıkıcı, boş, kederli olacağı şeklinde duygulara kapılıyor musunuz? | 47(%32) | 39(%27) | 43(%29) | 6(%4) | 12(%8) |
| 13.İnternette iken birisi sizi rahatsız etse ona kızdığınız, bağırduğunuz ya da saldırdığınız olur mu? | 93(%63) | 41(%28) | 6(%4) | 4(%3) | 3(%2) |
| 14.İnternet nedeniyle gece geç vakitlere kadar oturup uykusuz kaldığınız oluyor mu? | 62(%42) | 43(%29) | 26(%18) | 9(%6) | 7(%5) |
| 15. İnternet başında kendinizi iyi hissediyor musun? | 23(%16) | 52(%35) | 37(%25) | 19(%13) | 16(%11) |

10. Yaşamınız ile ilgili kaygılardan, sorunlardan internet vasıtası ile kaçtığınız oluyor mu? Sorusuna, %71'lik bir oran hayır cevabını vermiştir. %2'lik bir oran, sorunlarından internet aracılığıyla uzaklaştığını, %11'lik bir oran ise arada sırada internet ile sorunlarından uzaklaştığını belirtmiştir. Bu soruya verilen cevaplardan, internetin yaşam ile ilgili kaygılardan, sorunlardan kaçış için kullanılmadığı ortaya çıkmaktadır.

11. Günlük işlerinizi yaparken interneti düşünür internette olduğunuz zamanlarla ilgili hayal kuruyor musunuz? Sorusuna, %38 hiçbir zaman cevabını ve %3 her zaman cevabını vermiştir. Arada sırada diyenlerin oranı ise %26'dır. Çıkan sonuçlardan, genelde günlük işleri yaparken öğrenciler interneti düşünmemektedirler.

12. İnternetsiz bir hayatın sıkıcı, boş, kederli olacağı şeklinde duygulara kapılıyor musunuz? Sorusuna, %8 her zaman, %32 ise hiçbir zaman cevabını vermiştir. %29'luk bir oran, arada sırada internetsiz bir hayatın sıkıcı ve boş olacağını düşünmektedir.

13. İnternetteyken birisi sizi rahatsız etse ona kızdığınız, bağırdığınız ya da saldırdığınız olur mu? Sorusuna, %63'lük büyük bir çoğunluk, böyle bir durumda kızmayacağını ve bağırmayacağını ifade etmiştir. %2'lik bir oran ise böyle bir durumda kızacağını ve saldırgan olabileceğini, %28'lik bir oran ise, nadiren sinirlebileceğini belirtmiştir.

14. İnternet nedeniyle gece geç vakitlere kadar oturup uykusuz kaldığınız oluyor mu? Sorusuna, deneklerin %5'i her zaman, %6'sı ise sık sık cevabını vermiştir. %42'si hiçbir zaman gece geç vakitlere kadar internet kullanmadığını, %29'u ise nadiren internet yüzünden uykusuz kaldığını belirtmiştir.

15. İnternet başında kendinizi iyi hissediyor musun? Sorusuna, %11 her zaman, %25 ise arada sırada cevabını vermiştir. %35'lik bir oran ise nadiren internet başında kendini iyi hissetmektedir.

16. İnternette iken "sadece birkaç dakika daha" diyerek bağlantınızı uzatıyor musunuz? Sorusuna, %56'sı hiçbir zaman, %22'si ise nadiren cevabını vermiştir. %4'lük bir oran ise sadece bir dakika diyerek bağlantısını uzatmaktadır.

17. İnternette geçirdiğiniz zamanı kısaltmayı denediniz fakat başarısız oldunuz mu? Sorusuna, %45'lik bir oran hiçbir zaman, %10'luk bir oran ise her zaman denemelerine rağmen başarısız olduklarını ifade etmişlerdir. %7'si ise sık sık denemelerine rağmen başarısız olduklarını belirtmişlerdir.

18. İnternet yüzünden arkadaşlarınızı ihmal ediyor musunuz? Sorusuna, %59'luk bir oran arkadaşlarını internet yüzünden ihmal etmediklerini, %10'luk bir oran ise arkadaşlarını ihmal ettiklerini belirtmişlerdir. %3'lük bir oran sık sık, %12'lik bir oran arada sırada ve %16'lık bir oran ise nadiren de olsa internet yüzünden arkadaşlarını ihmal etmektedirler.

19. Yanlış olduğunu bildiğiniz halde, internette kendinizi durduramadığınız oluyor mu? Sorusuna, %37 hiçbir zaman, %26 nadiren, %22 arada sırada, %12 sık sık ve %3'lük bir oran ise her zaman cevabını vermiştir. Her zaman oranının düşük olması sevindirici olmakla birlikte, %12'lik sık sık cevabı düşündürücüdür.

Tablo 7: Anket Uygulaması

| | Hiçbir zaman | Nadiren | Arada sırada | Sık sık | Her zaman |
|--|--------------|---------|--------------|---------|-----------|
| 16. İnternette iken "sadece birkaç dakika daha" diyerek bağlantınızı uzatıyor musunuz? | 82(%56) | 33(%22) | 16(%11) | 10(%7) | 6(%4) |
| 17. İnternette geçirdiğiniz zamanı kısaltmayı denediniz fakat başarısız oldunuz mu? | 67(%45) | 33(%22) | 26(%18) | 7(%5) | 14(%10) |
| 18. İnternet yüzünden arkadaşlarınızı ihmal ediyor musunuz? | 86(%59) | 24(%16) | 18(%12) | 4(%3) | 15(%10) |
| 19. Yanlış olduğunu bildiğiniz halde, internette kendinizi durduramadığınız oluyor mu? | 55(%37) | 38(%26) | 32(%22) | 17(%12) | 5(%3) |
| 20. İnternette çok zaman geçirdiğiniz konusunda eleştirilme korkusuyla yalan söyler misiniz? | 109(%74) | 27(%19) | 6(%4) | 3(%2) | 2(%1) |

20. İnternette çok zaman geçirdiğiniz konusunda eleştirilme korkusuyla yalan söyler misiniz? Sorusuna %74 hiçbir zaman ve %19 ise nadiren cevabını vermiştir. %1'lik oran internette geçirilen zaman konusunda her zaman yalan söylerken, %2

sık sık ve %4 arada sırada cevabını vermiştir. %74'lük bir oranın, internette geçirilen zaman konusunda hiçbir zaman yalan söylememesi iyi bir sonuçtur.

Tablo 8: Anket Uygulaması

| | 0-1 saat | 1-2 saat | 2-3 saat | 3-4 saat | 5-6 saat | 6 saat üzeri |
|---|----------|----------|----------|----------|----------|--------------|
| 21. İnternette günlük ortalama ne kadar saat geçiriyorsunuz? | 47 %32 | 64 %43 | 17%12 | 9 %6 | 6 %4 | 4 %3 |
| 22. Sizce bir kişi ortalama ne kadar süre internette zaman geçirmeli? | 73 %50 | 52 %35 | 10 %7 | 7 %5 | 3 %2 | 2%1 |

21-Öğrencilere, internette günlük ne kadar saat geçiriyorsunuz? Sorusuna, %32'si 0-1 saat, %43'ü 1-2 saat, %12'si 2-3 saat, %6'sı 3-4 saat, %4'ü 5-6 saat ve %3'ü 6saat ve üzeri cevabını vermiştir.

22- Sizce bir kişi ortalama ne kadar süre internette zaman geçirmeli? Sorusuna ise %50'si 0-1 saat, %35'ü 1-2 saat, %7'si 2-3 saat, %5'i 3-4 saat, %2'si 5-6 saat ve %1'i 6 saat ve üzeri cevabını vermiştir.

SONUÇ

İnternet, iletişimi ve bilgi paylaşımını sağlayan önemli bir kitle iletişim aracıdır. Günümüzde internet kullanımı, tüm dünyada günlük yaşamın önemli bir parçası haline gelmiştir. Her yaştan ve her kesimden insan, değişik amaçlarla internet kullanmaktadır. İnternetin tüm dünyada popüler bir iletişim aracı olması, insanları aşırı internet kullanmaya yöneltmiştir. Aşırı internet kullanmanın neden olduğu internet bağımlılığı, son yılların önemli sorunlarından biri olmaktadır. Özellikle hayatın ayrılmaz bir parçası olan Facebook ve Twitter gibi sosyal ağlar, bu bağımlılığın artmasında önemli rol oynamaktadır. Erişebilme kolaylığı ve ucuz olması sebebiyle her yaştan insanı sosyal ağlarda görmek mümkündür

Aşırı internet kullanımının yaygınlaşması, insanların ruhsal ve sosyal hayatlarında olumsuz etkiler yaratmaktadır. Geçmişte internet bağımlılığının, bağımlılık olup olmadığı tartışılırken, günümüzde hastanelerde internet bağımlılığı tedavi merkezleri açılmaktadır. Özellikle on sekiz yaş altı gençlerde internet bağımlılığı

daha fazla görülmektedir. Genç nüfusa sahip Türkiye için internet bağımlılığı, ciddi bir sorun olmaktadır.

Çalışma sonuçlarına göre öğrenciler, planladıklarından daha uzun süre internette kalmaktadır. İnternete çok zaman geçirdiklerinden dolayı ev işlerini ve ev halkını az da olsa ihmal etmektedirler. İnternette olmadıkları zaman genelde keyifsiz, hırçın ve sinirli olmamaktadırlar. İnternette geçirdikleri zamanı ara sıra başkalarından saklamaktadırlar.

İnternete fazla zaman ayırdıklarından dolayı okul ve ödevleri aksamamaktadır. Maillerini sık sık kontrol etmemektedirler. İnternet kullanımı yüzünden çalışma verimi veya performansları arada sırada olumsuz etkilenmektedir. İnternetsiz bir hayatın sıkıcı, boş, kederli olacağı şeklinde duygulara kapılmamaktadırlar. İnternet nedeniyle gece geç vakitlere kadar oturup uykusuz kalmamaktadırlar. İnternette geçirilen zamanı kısaltmayı denemelerine rağmen pek başarılı olamamaktadırlar. İnternet yüzünden az da olsa arkadaşlarını ihmal etmektedirler. İnternette çok zaman geçirdikleri konusunda eleştirilme korkusuyla yalan söylememektedirler. Psikiyatri Enstitüsü ekibinin yaptığı internet bağımlılığı testinde, bağımlılık sınırını aşanların oranı %8.70 çıkmıştır. Çalışmamızda ise bu oran %6.02 çıkmıştır. Bu sonuç, ankete katılan öğrencilerin internet bağımlısı olmadıklarını göstermektedir.

Son Not:

Yrd. Doç. Dr. Ali KORKMAZ, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi.

KAYNAKÇA

- AKSOY, A. İnternet Bağımlılığının Dünyada ve Türkiye'de Durumu, (Erişim:01.04.2012), http://www.bagimlilik.info.tr/internet_bagimliliginin_dunyada_ve_turkiyede_durumu.html.
- BALCI, Ş.-GÜLNAR, B. (2009). Üniversite Öğrencileri Arasında İnternet Bağımlılığı ve İnternet Bağımlılarının Profili, Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, Temmuz 2009, s.5-22, Konya.
- BALTA, Ö.-HORZUM, M. (2008). Web Tabanlı Öğretim Ortamındaki Öğrencilerin İnternet Bağımlılığını Etkileyen Faktörler, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, yıl: 2008, cilt: 41, sayı: 1, 187-205.
- İnternet Addiction, Childnet International 2006. http://www.dorset.police.uk/pdf/factsheet_internet_addiction.pdf
- ÖZERKMEN, N. (2011). Bunalım Toplumu Gençlik ve Uyuşturucu Bağımlılığı, Avrasya Yayınevi, Ankara.
- ÖZTÜRK, Ö. ve diğ. (2007). İnternet Bağımlılığı: Kliniği ve Tedavisi, Bağımlılık Dergisi, Cilt: 8, Sayı: 1, s: 36-41, www.bagimlilik.net
- ÖZTÜRK, Ö. (2012) Facebook'ta Tehlikeli Karşılaşmalar, Habertürk Gazetesi, 1 Ocak 2012, s.8.
- Türk Dil Kurumu (1998). Türkçe Sözlük, Türk Dil Kurumu Yayınları: 549, Türkçe Sözlükler Dizisi:1, Ankara.
- YOUNG, K. S. (1996). İnternet Addiction: The Emerge of a New Clinical Disorder, Published in CyberPsychology and Behavior, Cilt: 1 Sayı: 3, 237-244, Toronto, Kanada.

1. TÜRKİYE
ÇOCUK VE MEDYA
KONGRESİ
ÇOCUK BİLDİRİSİ



12. Kamu spotlarında çocukları zararlı alışkanlıklardan korumak için yeterli değil. Çocukların çok zeki ve bilinçli olduğu düşünülerek daha akıllıca hazırlanmış kamu spotları oluşturulmalıdır.



ÇOCUK ve MEDYA: EŞİTSİZLİKLER DÜNYASI

Mustafa Ruhi ŞİRİN

Çocuk ve medya kavramları bütün bileşenleri ile kendi içlerinde çok katmanlı ve anlamlandırmaya açık kavramlardır. Bütün çocuklar çocukluk dönemini yaşayarak çocukluktan uzaklaşsa da çocukluk insanlık tarihi boyunca hep vardır. Ancak her kuşak, içinde doğduğu medeniyet ve kültür ortamında farklı çocuklukları yaşayarak büyür ve erginleşir.

Medya toplumunda en önemli tartışmalardan biri de medyanın hızlandırılmış bir çocukluğu ürettiği gerçeğidir. Yine medya toplumunun bir diğer gerçeği ise, erken çocukluk döneminden başlayarak yetişkin medyası tüketen bir çocuklukla karşı karşıya gelinmiş olmasıdır. Buna karşılık, çocuk odaklı medya dünyası yazılı, elektronik ve dijital medya alanında eşitsizlikler dünyasıdır. Bu eşitsizlikler, kıtalar ve ülkeler arası olduğu gibi, şehirlerarasında da süregelen eşitsizliklerdir. Okula erişemeyen milyonlarca çocuk yanında, henüz nitelikli bir çocuk kitabından ve içeriği uygun bir çocuk medyasından uzak büyüyen çocuklarla, bebekliğinden itibaren modern zamanların masal-öykü anlatıcısı medya türleri ile büyüyen çocukların yaşadığı yaman çelişkilerle dolu olan bu dünya değişebilir mi?

Artık dünyada çocuk ve medya sarmalı vardır ve her geçen gün genişleyen bu sarmalın çözümü ülkelerin sınırlarını çoktan aşmış ve küresel bir soruna dönüşmüştür. Medyadan etkilenen taraf çocuk ve etkileyen tüm tarafların katılımı ve paydaşlığı sağlanmadıkça çocuk ve medya sarmalının çözülmesi de giderek imkansız hale gelmektedir.

Yeni çocukluk aynı zamanda ekran kuşağıdır ve Ellen Wartella' nın vurgusuyla çocuklar "ekran önünde" gelişmekte ve büyümektedirler. Yeni çocukluğun medya ile sınavının birincil derecede dört sorumlusu vardır: Aile, eğitim sistemi, medya ve devlet. Çünkü çocuk ve medya bileşenleri çocuğun medyayı nasıl ve niçin kullanacağından birlikte sorumludurlar.

Çocuk ve medya ilişkisi yalnızca çocuk boyutu ile sınırlı değildir. Hiç kuşku yok ki çocuk ile medya arasında kuşaklar boyunca çetrefilli bir ilişki vardır ve bu çetrefilli ilişki var olmaya devam edecektir. Son çeyrek yüzyılda bebeklik, erken çocukluk, orta çocukluk ve ergenlik üzerine yapılan medya araştırmalarının ortak kabullerinden biri de çocuk ve medya ilişkisinin karşılıklı bir ilişki olduğu yönündedir. Medyanın olumsuz etkileri ile sınırlandırılması ve olumlu etkilerinin göz ardı edilmesi ise temel yanlışlardan biridir: ... medyanın erken çocukluk dönemi sürecinde yapabileceği etkilerin sadece "iyi ve kötü" etkiler olmadığı açıktır. Bu etkiler seslendiği kişilerin kültürel değer sistemleri ve dünya görüşlerine bağlı olarak çeşitli yorumlara açık boş alanlar da bırakarak daha çok dinamik ve birbiri içine geçmiş bir şekilde etkilerini gösterirler (Lemish-Kolucki, 2013: 29).

Hiçbir medya tek başına ne iyi ne de kötü ilan edilebilir. Medyanın içeriği kadar hangi yaş grubuna yönelik olduğu ve hangi ortamda tüketildiği önemlidir. Tek başına bir ekran türü ve içeriği olumlu ya da olumsuz etkileme gücüne de sahip değildir.

Çocuk medyasına egemen olan "eğitirken eğlenme" girişimleri, bir yandan umut vaat eden bir yöntem olarak gösterilirken, öte yandan kaygıyla da izlenmektedir. Medya kullanımının çocuk gelişiminde karşılıklı bir ilişkiden yoksun olması durumunda bu kaygı daha da artmaktadır. N. Gabler, bu kaygıya şöyle dikkat çekiyor: Medya eğlencesi çocukların ev ve okul ortamlarına öylesine girmiştir ki, kültür yorumcuları bu durumu çocukların eğlendirilmesi (centertunization) olarak adlandırmıştır (akt. Piotrowski, Vossen, Valkenburg, 2013: 50). Hiç kuşkusuz "eğitirken eğlenme" yaklaşımını nitelikli örneklerle ortaya koyamayan ticari yapımlar ise, tam anlamıyla çocuk sömürüsüne neden olmaktadır.

Çocuk ve Medya

İletişim pedagoglarının ilgilendiği üç önemli soru çocuk medyası sarmalını anlamaya yönelmek için işimizi kolaylaştırabilir: *İletişim araçlarına bu derece güven duymak doğru mudur? Bu araçları kullanırken çocukların yeterli bilgileri var mıdır? İleti-*

şim araçları çocuğun sosyalleşmesi ve entelektüel gelişimine katkıda bulunacak kadar ehil ve olgunlaşmış mıdır? Ne yazık ki bu üç sorunun ortak kabulleri içeren cevabı henüz bulunamamıştır ve bulunması ihtimali de çok zayıftır.

Medyanın güçlü sosyalleşme faktörlerinden biri olduğu, çocuklara davranış, tutum ve dünya görüşü verdiği de ortak kabullerdendir. Buna karşılık, hiçbir medya tek başına çocuğu yetiştirmeye ne ehildir, ne de sosyalleşmeyi tek başına gerçekleştirecek kadar olgunlaşmıştır. Bu nedenle hiçbir iletişim aracı çocuğun sosyalleşme ve entellektüel düzeyinden sorumlu tutulamaz. Görsel iletişim araçlarının çocukların ve gençlerin psikososyal gelişimlerini sağladığı gibi, engelleyici yönleri olduğu yönündeki görüşleri de gözden uzak tutmamak gerekir.

Medya ve çocuk gelişimi arasında tek yönlü değil, her zaman karşılıklı bir ilişki vardır. Bunun temel nedeni ise, bütün çocukların ve bütün ekranların aynı olmamasıdır. Basılı, elektronik ve dijital medyanın içeriği de farklıdır. Katryn C. Montgomery'nin sözünü ettiği büyük veri çağında çocukların masumiyetinin ifşası da dijital medyanın tuzaklarından biridir: *Bugün çocuklar geniş bantlı iletişimin, mobil cihazların, sosyal ağların, interaktif oyunların ve online videonun kişisel ve sosyal hayatlarına tamamen dahil olduğu, her şeyi kapsayan bir medya ortamında büyümektedir* (Montgomery, 2013: 299).

Çocuk hakları alanının en girift ve çözümsüz çerçevesini çocuğun iletişim araçlarını kullanma ve bu araçlardan eşitlikçi olarak yararlanma hakkı oluşturur. Dünya çocuklarının kullandığı iletişim araçları hem benzer değil, hem de aralarında nicel ve nitel açıdan eşitsizlikler vardır. Çocuk medyası her geçen gün sürekli çeşitlendiği ve evrildiği halde her türlü iletişim aracını kullanan çocukla, çocuk medyasından yoksun büyüyen çocuk dünyası gerçeğiyle karşı karşıyayız.

Medya- çocuk ilişkisinde en belirgin odak televizyondur. Yazılı, görsel, işitsel ve dijital medya türlerinin içerikleri de ağırlıklı olarak televizyona göre biçimlendirilir. Yeni medya türlerine erişim imkanı olan çocuklar, merkez medya olan televizyonu giderek daha az kullanıyorlar. Diğer medya türlerini kullanamayan çocukların televizyon izleme oranlarının yükselmesi ise kaçınılmaz bir sonuçtur.

İletişim psikologları ve sosyologlarının vurguladığı gibi, dünya çocuklarını dönüştüren en etkili süreç medyanın yansıttığı çocuk kültürüdür. Buna karşılık çocuk, dünya medyasında yüzde beşler düzeyinde yer almaktadır. Bu noktada, çocuk medyası odaklı iki sorun ortaya çıkmaktadır: Bir; Çocukların medyanın içeriğine katılımı nasıl mümkün olabilir? İki; Çocukların medyada yer alışı biçimi nasıl düzenlenebilir? Bugünkü medya düzeninde çocukların medyada temsili başlı başına sorunludur. Televizyon ekranında erkeklerin kızlara oranla iki kat daha fazla görüldüğü, beyaz ırktan karakterlerin daha baskın olduğu bir çocuk gerçeği ile de karşı karşıyayız.

Çocuk Hakları ve Medya

BM Çocuk Hakları Sözleşmesi'ndeki haklar dizisini medeni, sosyal, ekonomik ve kültürel haklar başlıkları altında sıralayabiliriz. Sözleşme'yi çocuğun öncelikli yüksek yararı temelinde yaşama ve sağlığını koruma, gelişme ve yeteneklerini geliştirme, korunma ve bakılma ve çocuğun görüşünün alınması ölçütleri yanında, çocuğa karşı her tür ayrımcılığın önlenmesi ilkesi çerçevesinde de tasnif etmek mümkündür. Prof. Eugene Verhellen, Sözleşme'yi üç hak kümesi içinde yorumlar: Tedbir; çocuğun eğitim, sağlık, yeterli bir standartta yaşama ve sosyal korunma gibi temel ihtiyaç ve hizmetlere erişim hakları. Koruma; çocuğun kötü muamele, istismar ve sömürü gibi şiddetin her türlüşünden korunma hakkı. Katılım; çocuğun sesini duyurma ve karar verme süreçlerinde yer alma hakkı (2009-2011: 2). Çocuk Hakları'nın içeriği tedbir, koruma ve katılım bağlamında ve bütüncül bir düzlemde hazırlansa da içeriğin bütününe çocuk bakışı yansımakça bu hakların dönüştürücü gücünün ortaya çıkması imkansız gibidir.

Thomas Hammarberg'in 7 Ekim 1996 tarihli *Çocuklar, BM Sözleşmesi Medya Raporu*'nda Sözleşme'nin Hükümet'lere yönelik olduğunu ve medyanın bağımsızlığına müdahale etmediğini vurgulamaktadır: *Bununla birlikte Sözleşme, medya kuruluşlarına, varlıklarından ve etkilerinden söz etmenin ötesine geçen bir mesaj da iletmektedir. Basının ve diğer kitle iletişim araçlarının, genel olarak İnsan Hakları'nda olduğu gibi, kişinin haklarını koruyup geliştirmede önemli görevleri vardır...* Bu görevler arasında Hükümet'lerin ihlâl niteliği taşıyan girişimleriyle diğer girişimlerin izlenmesi de yer almaktadır. Çocuğun hakları medyaya önemli görevler yüklemektedir. Thomas Hammarberg, bu konuda raporun devamında çocuk-medya ekseninde iki ana eğilime de işaret ediyor: *Bunlardan biri ifade ve medyaya erişim özgürlüğü, diğeri ise medyaya eğitici bir araç olarak bakılması. Birbirinden ayrı bile olsalar, bu iki yön arasında ilişki vardır* (Hodgkin, Newell, 1998: 213).

BM Çocuk Hakları Komitesi'nin Çocuk ve Medya Raporu'nda *BM Çocuk Hakları Sözleşmesi*'nin tanınmasında, benimsenmesinde, uygulanmasında ve izlenmesinde medyanın merkezî bir rol oynayabileceği belirtilmiştir. Sözleşme'nin 17. maddesi bir yandan kitle iletişim araçlarının Çocuk Hakları bağlamındaki rolü üzerine odaklanmakta, diğeri yandan ise Taraf Devlet'lere yükümlülükler getirmektedir: Taraf Devlet'ler çocukların çeşitli kaynaklardan bilgi ve belgelere, bu arada özellikle çocukların esenliği ile bedensel ve zihinsel sağlıklarını geliştirici olanlara ulaşmalarını sağlayacaklardır. Bu, çocuğun ifade (madde 13) ve azami gelişme haklarıyla (madde 6) yakından ilişkili bir konudur. Medya, çocuklara yarar sağlayacak olumlu ve 29. maddede belirtilen eğitimin ayrıntılı amaçlarına uygun belgeler dağıtmaya özendirilmelidir. Ayrıca medya, çocuklar için erişilebilir olmalı, çocukların görüşlerine değer veren (12. madde) katılımcı hakları geliştirip bu haklara saygı gösterilmelidir (Hodgkin, Newell, 1998: 211).

Çocuk Hakları Sözleşmesi'nin 17. maddesi "çocuğun gerek duyduğu bilgilere erişimi " başlığı altında türleri ve erişimi de içermektedir. BM Çocuk Hakları Komitesi Nisan 1997'de UNESCO Merkezi'nde bir araya gelerek çocuk ve medya başlığı altında 12 tavsiyeden oluşan Birinci Aşama Eylem Planı'nı kabul etmiştir: 1. Çocuk medyası 2. İnternet'te çocuk forumu. 3. Aktif çocuk kütüphaneleri. 4. Medya eğitimi. 5. Çocuk medyasına çocuk desteği. 6. Çocukların zararlı etkilere karşı korunması için medya kuruluşlarıyla yapıcı çalışmalar. 7. Ana-babaları medya piyasasında güçlendirmeye yönelik kapsamlı ulusal planlar. 8. BM Çocuk Hakları Sözleşmesi'nin 17. maddesinin uygulanması konusunda tavsiye. 9. Çocuk istismarına ilişkin haberlerin verilmesini yönlendiren özel ilkeler. 10. Medya çalışanlarının çocuk haklarına ilişkin eğitimi için materyal. 11. Medya izleme grupları ağı. 12. Çocuk hakları muhabirlerine yönelik hizmet (Çocuklar ve Medya Çalışma Grubu, Mayıs 1997). Çocuk Hakları ve medya bağlamının içeriğini Sözleşme'nin ana düşüncesi olan hak temelli bir yaklaşımla ve bu konular etrafında değerlendirilmesine öncelik verilmelidir.

Çocuk Dostu Medya Düzeni Mümkün Olabilir Mi?

Çocuk dostu medya düzeni yaklaşımı medya hareketinin en oylumlu parçasıdır. Dünya nüfusunun üçte biri 0-18 yaş grubu çocuklardan oluşmaktadır. Buna karşılık medyada çocuk konusuna ancak yüzde 5 oranında yer verilmektedir. Güç koşullardaki çocuklar ise, haber konuları arasında ilk sırada yer almaktadır. Medya, Çocuk Hakları kültürü içeriğine dayalı bir işlevi benimsemedikçe çocuk dostu medya düzeni kurulamayacağı gibi, çocuk ihmali ve istismarının önlenmesinde de olumlu bir işlevi yerine getiremez. Çocuk dostu medya düzeni için etkin sistem arayışı gerekmektedir.

Bireyi ve toplumu medyanın olumsuz etkilerinden koruma sistemleri üzerine yöntem ve araçlar bakımından tartışmalar bugün de sürdürülmektedir. Görüşleri iki grupta özetlemek mümkündür: 1. Medya eğitimi. 2. Alternatif medya ağlarının kurulması. Medya sorunu küresel boyutlarda gündeme geldiği dönemden bu yana her iki görüşün savunucuları çabalarını İnsan Hakları ve Çocuk Hakları eksenli Beyanname ve Sözleşme'ler ile bağımsız kuruluşların düzenlemelerine dayalı ilkeler etrafında sürdürse de henüz medyadan korunma sistemlerinin mutlak bir başarısından söz edilemez. Çünkü medya sarmalı, egemen dünya düzeninden soyutlanarak çözülemez. Bu yönüyle medya ve medya-çocuk gerçeği bugünün olduğu gibi geleceğin de sorunudur.

Medyanın olumsuz etkilerinden çocuğun, ailenin ve toplumun korunması amacıyla koruyucu, yetkilendirici-önleyici, içerik geliştirici çözüm odaklı stratejilerin geliştirilmesi ile kültürel savunma hattı oluşturulabilir mi? Önce çocuk algısı değişmedikçe medyada zihniyet değişikliğini beklemek de saflık olur. Bireylerin ve toplumun medya eleştirisi de tek başına zaman kaybından öte bir anlam içermez.

Merkezinde medya eğitimi olan toplumsal bir hareket ile başlangıç yapılabilir. Medya okuryazarlığı yanında, klasik okuryazarlık, görsel-işitsel okuryazarlık ve dijital okuryazarlık eğitimini eş zamanlı ve birbiriyle ilişkilendirecek bir programla yürütmek de önemlidir. Hiç kuşkusuz, birincil önceliğin temel okuryazarlığa verileceği bu program çoklu okuryazarlıkla toplumsal bir dönüşüm hareketine öncülük edebilir. Ve medya okuryazarlığı bağlamında bilinç ve farkındalık geliştirilmesi yanında, bütün bu çabalar sivil bir örgütlenmeyle ilişkilendirilmedikçe medyanın dönüşmesi yine imkansızdır.

Medyayı çocuk boyutuyla değerlendirmek istediğimizde ise, Çocuk Hakları kavramı merkezî bir konuma yükselmektedir. Neil Postman'a göre değişen çocukluk yaklaşımına uygun olarak iki farklı Çocuk Hakları anlayışı söz konusudur: Çocukluğun incinebilir olmasına rağmen arzulanır olduğuna inanan, çocukları ihmal ve istismardan korumak isteyen görüş 19'uncu yüzyıla kadar uzanıyor. Ailenin sorumluluğu başarısızlığa uğradığı zaman kamu otoritesinin müdahalesini savunan yaklaşım ise, "çocuk emeği yasalarına, çocuk suçluluğu düzenlemelerine ve diğer insanî korumalara yol açan geniş bir görüş açısı"dır. İkinci Çocuk Hakları anlayışı ise, "yetişkinlerin çocuklara nezaret etmesini ve onları denetlemesini reddetmekte ve çocukluğun sona erdiğini haklı çıkarmak için" bir felsefe önermektedir (Postman, 1995: 176).

Postman'ın özetlediği birinci görüş doğrultusunda öngörülen çocuk dostu medya düzeninin yakın bir gelecekte kurulması ihtimali yok. İkinci görüş ise, ileri sürüldüğü günden bu yana hep azınlıkta kaldı. Nedeni ise çok açık: Çünkü ikinci görüşün de toplumsal karşılığı yoktur henüz...

Çocuk dostu medya düzeni, çocuğun öncelikli yüksek yararına, çocuk bakışına ve çocuğa saygıya dayalı bir anlayışı ortaya koyma, koruyucu, yetkilendirici-önleyici, içerik geliştirici, izleme ve denetlemeyi kapsayan ülke ve dünya ölçekli bir çaba ile gerçekleştirilebilir. Çocuk ve medya ilişkisinin düzenlenmesinde model kadar ilgili tarafların rolü ve düzenlemenin konusu ve içeriği de belirleyicidir. Daha açık ifade ile; çocukları medyanın olumsuz etkilerinden korumak yeterli değildir. Medyanın içeriğinde çocuğun yüksek yararına dayalı ve içerik geliştirici düzenlemeler kadar medya eğitimi de önemlidir. Bu bağlamda, çocuk ve medya ilişkisini pedagojik boyutu yanında etik ve hukukî boyutunu da paralel düşünmek ve değerlendirmek gerekir.

Son Not:

Mustafa Ruhi Şirin - *Çocuk Medyası Uzmanı, Yazar, Çocuk Vakfı Başkanı.*

KAYNAKÇA

- BM Çocuk Hakları Sözleşmesi. (20 Kasım 1989). (www.cocukvakfi.org.tr)
- Çocuklar İçin ve Çocuklarla Birlikte Avrupa İnşası, Avrupa Konseyi 2009-2011 Çocuk Hakları Stratejisi, çev. Hatice Çolak Yentürk.
- HODGKİN, R., NEWELL, P. (1998). Çocuk Haklarına Dair Sözleşme (Uygulama El Kitabı), Ankara: Unicef Yayını.
- LEMİŞ, D., KOLUCKİ, B. (2013). Medya ve Erken Çocukluk Gelişimi. I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı 2, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- MONTGOMERY, K. C. (2013). I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı 2, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- PIOTROWSKİ, J.T., VOSSEN, G.M., HELEN-VALKENBURG, P.M. (2013) Medya ve Çocuk Gelişimi. I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı 2, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- POSTMAN, N. (1995). Çocukluğun Yokoluşu, çev. Kemal İnal, Ankara: İmge Kitabevi.



I. TÜRKİYE ÇOCUK ve MEDYA KONGRESİ KAPANIŞ BİLDİRİSİ

BYEGM
ÇOCUK VAKFI
RTÜK

Başbakanlık Basın Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Çocuk Vakfı ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu işbirliğinde; Başbakan Yardımcısı Sayın Bülent Arınç'ın himayelerinde 14 -15 Kasım 2013 tarihinde gerçekleşen 1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi'ne katılan Çocuk Delegelerin görüşleri ve yetişkin delegelerin bildiri sunumları çerçevesinde, Çocuk Hakları ve Çocuk Görüşü Komisyonları, Okuma Kültürü ve Medya Komisyonu, Medya Okuryazarlığı Eğitimi Komisyonu, Mevcut Durum ve Strateji Geliştirme Komisyonları aşağıda belirtilen kararları almıştır:

1. Öncelikle temel okuryazarlık eğitimi süreçlerinin başlatılması gereklilik olarak belirlenmiştir. Dolayısıyla, medya okuryazarı bir toplum için erken dönemden başlayarak çocukların okuma kültürü edinmelerini sağlayacak süreçlerin yaşama geçirilmesi temel bir ilke olarak benimsenmiştir.

Bir toplumda yerleşik, edinilmiş bir kültürden söz edebilmek için bu kültürün temel öznesinin birey olmaktan çıkarılıp toplumsal düzeyde bir temsil yeteneği kazanması gerekir. Bunun için çocuklara okuma kültürü kazandırmakla ilgili tüm kurumların (Milli Eğitim Bakanlığı, Kültür ve Turizm Bakanlığı, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, Gençlik ve Spor Bakanlığı vd.), üniversitelerin (Üniversitelere bağlı ilgili araştırma ve uygulama merkezleri, ÇOGEM), sivil toplum kuru-

luşlarının (vakıf, dernek ve eğitim sendikaları vb.), yayınevleri ve sanatçıların sorumluluk üstlenmesi gerekir.

2. Medya okuryazarlığı hayat boyu bir süreçtir. Bu çerçevede ebeveyn ve yetişkin eğitimi, öğrencilerin eğitimi, öğretmen eğitimi, medya çalışanlarının eğitiminin başlatılması ve medya okuryazarlığı uygulama ve araştırma merkezlerinin kurulması önerilmiştir.

3. I. Türkiye Çocuk ve Medya Stratejisi ve Uygulama Planı 2014 – 2018 Strateji Belgesi'nin vizyonu şöyle belirlenmiştir:

“Çocuğa saygı ve çocuk hakları kültürü temelinde bir çocuk –medya ilişkisi için; paydaşların sorumluluklarının bilincinde olduğu medya okuryazarı bir Türkiye”.

I. Türkiye Çocuk ve Medya Stratejisi ve Uygulama Planı 2014-2018 belgesi 9-18 yaş grubundan oluşan Çocuk Hakları ve Medya Komisyonu ile Mevcut Durum ve Strateji Geliştirme Komisyonu tarafından müzakere edilerek kabul edilmiş, komisyonda işaret edilen tavsiyeler yapılarak Aralık 2013 tarihinde Hükümete sunulması kararı alınmıştır.

4. Çocuk ve Medya Hareketi'nin sivil bir yaklaşımla Türkiye genelinde örgütlenmesi önerilmiştir.

5. Çocuk ve Yetişkin sivil on iki üyeden oluşan “Çocuk ve Medya İzleme Kurulu” dört yıl görev yapmak üzere seçilmiştir.

6. II. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi 2018 yılında düzenlenecektir.

“İyi medya önce çocukların hakkıdır” anlayışının egemen olacağı Çocuk Dostu bir Medya düzeninin kurulması Kongre'nin Çocuk, Yetişkin ve tüm paydaşların ortak ve vazgeçilmez dileğidir.

THE ABSTRACTS

MEDIA LITERACY

Zakir AVŞAR

Debates about the media effects have been the main research subject in this area. Position of the viewer/reader vis-à-vis the messages has been considered active or passive in different periods in accordance with the policies. Today, at this point, the power of media has become indisputable. In particular, the development of communication technologies is an important factor that helped increase media's area of activity. The individuals are faced with a larger number and variety of media messages now than in the past. This increase in the quantity has brought with itself the problem of quality and thus, there have been debates about the need to increase awareness of individuals, especially young people and children, about these texts which sometimes cannot be controlled. Therefore, media literacy has emerged as a civil society movement which aims the protection of children and the young audience from harmful broadcasting. This movement was later adopted by governments and media literacy courses were introduced in the curriculum with the support of the government in many countries.

The subject of this study is media literacy education, which can be summarized as helping acquire the behavior pattern that includes questioning the media texts/messages which are created by media's own unique language. In this study we tried to emphasize concept, purpose, importance and historical development of media literacy, thus provide a framework for the subject.

Keywords: Media Literacy, Radio And Television Supreme Council (RTÜK), Child, Young, Audience, Education, Communication.

MEDIA DEPENDENCY IN YOUTH

Necla MORA

Humanity went through mental change and transformation with every new invention. Invention of writing, printing, transition to electric and electronic period caused important changes in development of humanity. Ong describes transition of humanity to electric and electronic culture period as secondary verbal culture period. In this period which is mediated with technology, humans care about live and participatory verbal narration just like they did in primary verbal culture period and use phrases. Today especially among young people, new communication environments and new communication tools which are mediated with technology, (we can simply describe this as media) took the place of face to face communication.

However it is noticed in recent years that youth which grew up with electric and electronic culture have difficulties in expressing themselves by written and verbal

means in education environment. Besides, distractibility and fatigue is observed among young people. Although there are various reasons for these, it is directly expressed by the young people that the reason for the fatigue observed in them is playing computer games throughout the night at a half asleep half awake state and feeling the necessity to answer the incoming messages.

The aim of this study is to raise awareness about problems that are observed among young people while they are trying to express themselves: 1) Inability to find the suitable words, 2) Inability to form a proper sentence, 3) Answering to everything such as "Exactly". 4) Using spoken language while writing.

In the study, the problems observed in media dependent young people are examined in 3 main groups. 1) Memory problem, 2) Language problem, 3) Problem of establishing face to face communication

In the study, in depth interview technique was applied to university students of ages between 18 and 21 who were selected by random sampling method.

Keywords: Secondary Verbal Culture Period, Media Dependency, Memory Loss, Language Loss, Group Belongingness, Group Identity.

CHILDREN OF DIGITAL AGE: A STUDY ON PRIMARY SCHOOL STUDENTS' USE OF FACEBOOK AND INTERNET ADDICTION

Süleyman Sadi SEFEROĞLU

The aim of the present study is to examine secondary school 5th and 6th graders' Internet addiction level and Facebook use in terms of different variables and level of Internet addiction in terms of Facebook use. The model adopted is descriptive survey. The sample comprised 351 5th and 6th graders studying at different schools affiliated with Ministry of National Education (MNE).

Four data collection instruments were employed. The first instrument was the Personal Information Form devised by the researchers in order to collect demographic data. The other instruments were "IT Literacy and Technology Use Survey" formed by the researchers in order to determine the participants' IT literacy and technology use, "Facebook Use Status Questionnaire" and "Internet Addiction Test" that was developed by Young (1998) and adapted to Turkish by Bayraktar (2009) and which was found to be reliable and valid in many studies. The instruments were administered to the participants online. The data were analyzed by means of frequency, percentage, t-test, ANOVA statistical techniques at the .05 significance level.

The findings revealed that 85.5% of the participants were in the "Non-Addicted" group according to the Internet addiction test scores. On the other hand, it was found that male participants (33.79%) had higher Internet Addiction Scores than that of female participants (17.72%). Similarly, those who had Facebook accounts had higher scores than those who did not have Facebook accounts. In addition, a significant dif-

ference was found between frequency of Facebook use and Internet addiction scores. In light of these findings, administration of Internet addiction tests in all schools, identification of students with Internet addiction and cooperation with guidance centers are suggested.

Keywords: Children, Children and Media, Facebook Usage, Ict Literacy, Internet Addiction.

**THE REFLECTION OF ELECTRONIC WORLD TO CHILD'S WORLD: A
CRITICAL REVIEW IN THE CONTEXT OF
"GAME WITHOUT CONTACT" NOTION**

Özge UĞURLU

With the discourse of globalization, we are face to face with a world wrapped in technological devices individuals use to meet their social and psychological needs. The development of new communication Technologies, its widespread use and appearance in their habitat also produce the transformation of child's relationship with his imagination. While the child reinforces his imagination and creativity when establishing his relationship, he is fed by play rituals and thus determines his place in the pattern of socialization. If we consider this formation process within the frame of games social function, we can observe that the child develops his ability to establish relationship with outer world through "contact practice". Child touches his toy, mother, and friend. He perceives them. He directs his behaviour in this way.

The technological lantern in which child exists deeply effects his mental feeding and regeneration methods and thus causes to some changes in the forms of games which are the means of these methods. Computer screen, which we can consider as a medium making communication easier, paradoxically breaks child's communication and cuts off the contact with the outer world. Considered in this way, game which assumed the role of cultural transfer and entertainment and socialization in the past, turns to a practice of playing with computer under the rules determined by electronic world or with secret objects. Thus contact with computer keyboard causes child's lack of contact with outer world trough the distortion of game ritual which plays an important role in socialization.

This study emphasizes the place and importance of games plays in child's world. Its purpose however is to reveal the critical approach to game practice in the digital world. Game, which turns into a miniaturized form of real life in comparison with its role in the past, turns into a behaviour based on a lack of contact with the outer world during the process of spiritual satisfaction and creative development.

Keywords: Digital World, Child, Game Without Contact, Child's World, Game, Little Consumers.

TURKISH CARTOONS AND CONSTRUCTING CHILD CONSCIOUSNESS WITHIN THE FRAMEWORK OF CULTIVATION THEORY

Esra İlkay KELOĞLU İŞLER

In this study, socio-cultural values attempted to be cultivated by Turkish animated cartoons will be examined in the context of Gerbner's cultivation theory. When national and international animated cartoons on Turkish children's channels are compared with each other, national animated cartoons have remarkably different themes. In this article one month broadcastings (November 2013) of three Turkish animated cartoons, *-Pepee, Canım Kardeşim, Biz İkimiz-* have been analyzed. For the purpose of identification of animated cartoon's basic ideas and themes, content analysis has been chosen as a method. This method has been chosen to analyze at descriptive level. While discussing "What is said and what is the nature of it.", this study includes assessments in the context of Gerbner's cultivation theory. The main assumption of this study is that Turkish animated cartoons play a crucial role in the cultural construction of childhood. Cultural construction of internationally broadcasted animated cartoons focuses on universal values. However, Turkish animated cartoons completely focalized on the cultivation of national values. The underlying assumption related to this is that there is a hidden message which manipulates the consciousness of children towards consumption culture via promotional items supporting consumption goods. Therefore, children are integrated to market system as consumers by the means of animated cartoons without questioning.

Keywords: Turkish Animated Cartoons, Gerbner's Cultivation Theory, Consumption, *Pepee, Canım Kardeşim (My Sweetheart Sister), Biz İkimiz (Both of Us)*.

THE DISCOVERY OF CHILD, LOST OF CHILDHOOD AND CHILD CULTURE BY COMMUNICATION TECHNOLOGY

Ebru AŞAR

The perception of the phenomenon of child and childhood varies according to different geographical locations and periods of time. Both cases have sometimes been ignored, sometimes treated as nonexistent, sometimes regarded as if they belong to the same category with adults and their world and sometimes taken very seriously with their limits set with great care to protect their innocent nature. In other words contrary to how children are designed, how they are perceived always reflects a social and historical view point.

Child/ childhood culture which was first treated as nonexistent and once discovered lost its innocent, natural and curious nature to globalism, communication technologies and consumption ideals, adapts itself to the adult's world more and more as time passes.

The children of modern times who grew up in poverty, kept their creativity, positivity, purity and most importantly their hopes and who could easily communicate with their family and surrounding have been replaced by introverted post-modern children who are addicted to screens and internet, consuming all the time yet never feeling satisfied, falling into misery when their needs cannot be met. In today's post-modern world kids are surrounded by communication technologies. Children who grew up in front of screens with video games, films and commercials created by adults, living in their "safer houses" instead of "dangerous streets" lost their children culture due to little interaction with each other. The fact that places for socializing outside home are diminishing has made it impossible for a kid to get to know and understand who he is. Moreover in postmodern world, neither parents can spare time to their children as much as they did in the past nor the children are interested in the experience and knowledge of adults. Screen is hereafter a modern nanny, a teacher, a friend, a library full of books and a direct visual access to their children for busy parents.

The state of being like a "young adult" pumped by media in the consumption era finds a reflection in the adult's world as "discover the child inside of you". This way, when they become adults, children who have grown up rapidly make up for their childhood they could not live.

The article focuses on the historical stages of child /childhood concept in West and the child culture that is being eroded and globalised with the effect of media and consumption society.

Keywords: Children, Media, Kids, Culture, Adults, Consumption, Television, Play.

CHILD REPRESENTATIONS IN THE PRINTED MEDIA: CHILDHOOD AS A WAITING ROOM

Gülden SAYILAN – Nihan ÇEVİRGEN

Social representations are social phenomena that members of a social group construct together in the course of daily talk and actions with a purpose of familiarizing the unfamiliar and explaining the world. Media is a field that is considered to be important not only in the formation but also in the expansion of social representations. This study, in which the perspective and methodology of Social Representations Theory are used, has been conducted so as to reveal the prevalent representations concerning children and childhood in our country. Within the scope of the study, child theming articles of four national newspapers with the highest rate of circulation (i.e. Zaman, Posta, Hürriyet, and Sözcü) were examined for one month and the acquired data were examined via the method of thematic content analysis. Results have shown that prevalent representations exist in the printed media in relation to both children and the notion of childhood.

This study also reveals that the ethical principles that are developed for journalists on the national and international level are not thoroughly followed while making child related news in the printed media. It has been suggested that the act of journalism should be conducted in a child-rights conscious and ethics based way so that children, who are not only the consumers but also the subjects of the media, can have more and better media coverage.

Keywords: Printed Media, Social Representations, Childhood.

CHILDREN, TELEVISION AND POLITICAL SOCIALIZATION: A FOCUS GROUP STUDY ON BIZIMCITY ANIMATIONS

Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN – Mustafa İŞLİYEN

Socialization is the process by which the value judgments and norms of a society are inculcated in the minds of individuals through various means, thereby preparing and adapting them to the social environment. Political socialization, on the other hand, which is an important part of socialization, is the individual's formation of perceptions, reactions and values about political phenomena in a certain process. Opinions and beliefs acquired in childhood are of considerable importance in the formation of individuals' political identities. In this context, as agents of political socialization, what kind of effects mass media in general and the television in particular have on political socialization of children were explored in this study.

The focus group study was conducted on 7 students attending secondary education grade two. In the study, as an advantage of the focus group method, an in-depth interview was made with the students and then the students' interactions and reactions within the group were measured. The population of the study consists of the animation films titled "Bizim City" (Our City) broadcast right after the Main News Bulletin on the TV channel ATV. Animation films on political issues brought to the agenda in the news during the past five months were chosen as the sample of the study. Moreover, pains were taken during the selection process of the animations to ensure that the films were within the reach of the children's comprehension.

Keywords: Political Socialization, Children, Television, Focus Group.

A RESEARCH ON INTERNET ADDICTION OF PHYSICALLY HANDICAPPED STUDENTS IN PRIVATE EDUCATIONAL INSTITUTIONS

Ali KORKMAZ

Nowadays, technological developments are increasing rapidly and with this rapidity enter into every aspect of our daily lives. Especially, personal computers and internet are among the things that are indispensable for people. Personal computers and internet make life easier for us by providing immediate access to knowledge, enabling

sharing of knowledge with others, letting us communicate, online shopping and banking just to name a few of the conveniences in our daily lives. While personal computers and internet provide us these conveniences, they also bring a variety of different problems which are a result of excessive use. Internet negatively influences especially the psychological, physical developments and social relations of children of school age. Excessive use of internet/personal computers negatively influences not only the individual's educational development but also his personal development, thus makes him an addict. In this context, it is crucial that the "addiction" concept must be well-defined; the causes, the symptoms and suggestions solutions for the addiction must be clearly presented.

Nowadays, internet is one of the most important communication tools. Thanks to the developing technology, it is now very easy to connect to internet from home, school, workplace and the street. With its young population, internet usage in Turkey is more than many countries in the world. We are facing an issue, spending too much time on the internet is a serious problem and needs to be treated from now on. Like all around the world, in Turkey too, there are clinics founded where the internet addicts are treated. The aim of this research is to measure the internet addiction of the physically handicapped students who are enrolled in private educational institutions in Kayseri. Since the physically handicapped kids are not able to move too much, the internet is an important pass-time tool for them. The survey is conducted to measure the students' internet addiction. In the survey, how long the students surf the internet, their mental state, relationships with family and friends when they are offline, how being offline affects their work, school performance, homework and their grades are measured. The obtained data has been turned into a chart and interpreted.

Keywords: Addiction, Internet Addiction, Physically Disabled, Socialization.