



e-ISSN: 2630-631X

Article Type
Research ArticleSubject Area
Journalism and Media
StudiesVol: 8 Issue: 59
Year: 2022 MAY
Pp: 875-886Arrival
28 February 2022
Published
30 May 2022
Article ID 62336Doi Number
<http://dx.doi.org/10.29228/smrj.62336>How to Cite This ArticleUtma, S. (2022).
"Çocuk-Medya Etkileşiminde Çizgi Filmlerin Rolü: Medya Okuryazarlığı Çerçevesinde Bir Değerlendirme", International Social Mentality and Researcher Thinkers Journal, (Issn:2630-631X) 8(59): 875-886

Social Mentality And Researcher Thinkers is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

Çocuk-Medya Etkileşiminde Çizgi Filmlerin Rolü: Medya Okuryazarlığı Çerçevesinde Bir Değerlendirme

The Role of Cartoons in Child-Media Interaction: An Evaluation in the Framework of Media Literacy

Seçil UTMA¹ ¹ Öğr.Gör. Aydın Adnan Menderes Üniversitesi, Atça Meslek Yüksekokulu, Pazarlama Ve Reklamcılık Bölümü, Aydın, Türkiye

ÖZET

Günümüzde zamanlarının çoğunu internet ve televizyon başında geçiren çocuklar, medya teknolojileri ile içli dışlı bir hayat yaşamaktadır. Ebeveynlerin çocuklarına yönelik sergiledikleri davranışlar, onların medya araçları ile kurdukları ilişkide belirleyici olmaktadır. İş yaşamlarına daha fazla vakit ayıran ebeveynlerin, çocuklarına ilgi göstermemeleri, onların daha uzun sürelerle televizyon karşısında vakit geçirmesine neden olmaktadır. Ev işlerini yetiştirme telaşında çocuklarını çoğunlukla 'elektronik bakıcılara' yani televizyona teslim etmektedir. Televizyon yayınları içinde çizgi filmler; çocukların en fazla izlediği ve etkilendiği programlar arasındadır. Çizgi filmlerde olumlu mesajlar yanında, olumsuz içeriklerle de sıklıkla karşılaşmaktadır. Medya programlarının içeriklerinde yer alan aldatıcı mesajlar, onların zihinsel ve duygusal gelişimlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Çocuklar çizgi filmlerin ürettiği eğlenceli, güzel, güçlü kahramanlarla kendilerini özdeşleştirerek, onları model almaktadır. Söz konusu medya içerikleri aracılığıyla tüketici yaşam tarzı, şiddet kültürü ve olumsuz davranış örnekleri küçük yaşta çocuklara iletilmektedir. Medya karşısında savunmasız durumda kalan çocukların korunması noktasında medya okuryazarlığı önemli bir beceri olarak ön plana çıkmaktadır. Medya okuryazarlığı sayesinde çocuklar medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirerek eleştirel bir bakış açısı kazanmakta; mesajları çözümlenme, değerlendirme ve iletme yeteneği elde etmekte, bilinçli bir medya okuyucu olmaktadır. Söz konusu çalışma, çocukların çizgi filmler özelinde medya ile kurduğu ilişkinin etkilerini, tüketim alışkanlıkları, şiddet ve saldırganlık bağlamında değerlendirmek amacıyla gerçekleştirilmiştir. Çalışmada doküman incelemesi yönetimi kullanılarak, konuyla ilgili alan yazın taraması yapılmış, elde edilen veriler doğrultusunda önerilere yer verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Medya ve Çocuk, Tüketim, Şiddet, Çizgi Film, Medya Okuryazarlığı.

ABSTRACT

Today, children who spend most of their time in front of the internet and television live a life in harmony with media technologies. Behaviors of parents towards their children determine their relationship with media tools. Parents, who spend more time in their business life, do not show interest in their children, causing them to spend more time in front of the television. In the rush of raising housework, she often delivers her children to 'electronic caregivers', that is, to television. Cartoons in television broadcasts; It is among the programs that children watch and affect the most. In addition to positive messages, negative content is also frequently encountered in cartoons. The deceptive messages in the contents of media programs negatively affect their mental and emotional development. Children identify themselves with the fun, beautiful and powerful heroes produced by cartoons and take them as models. Consumer lifestyle, culture of violence and examples of negative behavior are conveyed to young children through the media contents in question. Media literacy comes to the forefront as an important skill at the point of protecting children who are vulnerable to the media. Thanks to media literacy, children gain a critical perspective by filtering what they see in the media; acquires the ability to analyze, evaluate and convey messages, and becomes a conscious media literate. The aforementioned study was carried out in order to evaluate the effects of children's relationship with the media, especially in cartoons, in the context of consumption habits, violence and aggression. In the study, using the document review method, a literature review was made with the subject, and suggestions were made in line with the data obtained.

Keywords: Media and Child, Consumption, Violence, Cartoon, Media Literacy

GİRİŞ

Belirli ekonomik ve kültürel hedefler doğrultusunda programlar üreterek, çocukların içinde buldukları dünyayı ne şekilde deneyimleyecekleri noktasında önemli referans çerçevesi oluşturan medyanın cazibesi her geçen gün artmakta, okul ve aile kurumları gibi ana aktörler ise ikinci plana itilmiş görünmektedir. Ekran karşısında kendileri için hazırlanmış içerikler ile uzun zamanlar geçiren çocuklar, kitle iletişim araçlarının ürettiği eğlenceli, güzel, güçlü kahramanlarla kendilerini özdeşleştirerek, onları model almaktadır.

Günümüzde kitle iletişim araçları, yetişkinler kadar çocukların yaşamında da önemli rol oynamaktadır. Çocuk programları içerisinde çizgi filmler, reklamlar, bilgisayar oyunları önemli rol oynarken, bunlar aracılığıyla medya popüler ve hayali kahramanlar üreterek, pazarlama faaliyetlerinde kullanılmaktadır. Çocuklara yönelik hazırlanan medya programlarının içeriklerinde yer alan yanıltıcı ve aldatıcı mesajlar, onların fiziksel, zihinsel ve duygusal gelişimlerini olumsuz yönde etkilemektedir. Yoğun iş temposu nedeniyle ebeveynlerin çocuklara daha az zaman ayırmaları, onların medya teknolojileri karşısında daha fazla vakit geçirmelerine yol açmaktadır.

Televizyon yayınları içinde çizgi filmler; çocukların en fazla izlediği ve görsel özellikleri nedeniyle en fazla etkilendiği programlar arasındadır. Popüler kültürün aktarıldığı önemli televizyon içeriklerinden biri olan çizgi filmlerin işlevleri; öğretmek, eğlendirmek ve eğitmektir. Ancak her çizgi filmde bu olumlu mesajlar yanında, olumsuz içeriklerle de sıklıkla karşılaşmaktadır. Adeta ‘kaydetmeye hazır boş bir plak’ olarak nitelendirilebilecek çocuk beyni, doğru ve yanlış arasındaki ayrımı tam olarak yapamadığından dış çevreden kendisine ulaşan tüm iletileri alarak bunları zamanla içselleştirme yoluna gitmektedir. Çocukların küçük yaşlarda edindikleriyle oluşturduğu zihinsel yapı, kişiliğinin şekillenmesinde belirleyici olmaktadır. Çocukların davranışlarını, duygularını, alışkanlıklarını etkileme gücüne sahip olan medya içerikleri aracılığıyla tüketici yaşam tarzı, şiddet kültürü ve olumsuz davranış örnekleri küçük yaşta çocuklara iletilmektedir.

Gelişen teknoloji ile birlikte medya karşısında savunmasız durumda kalan çocukların korunması noktasında medya okuryazarlığı önemli bir beceri olarak ön plana çıkmaktadır. Yazılı, görsel, işitsel, büyük çeşitlilik gösteren formatlardaki (televizyon, video, sinema, internet vb.) mesajlara ulaşma, bunları çözümüleme, değerlendirme, eleştirme ve iletme yeteneği kazanabilmek şeklinde tanımlanan medya okuryazarlığının bugünün küçükleri, yarının yetişkinleri olacak çocuklarımızın sağlıklı kişilik gelişimi açısından yaygınlik kazanması büyük önem taşımaktadır.

MEDYA ÇAĞINDA ÇOCUK

Temel amacı bilgilendirme, eğlendirme ve kamuoyu oluşturma olan medyanın çocuklar üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır. Medya; çocukların duygu ve düşüncelerinin şekillenmesinde rol oynayan toplumsal güçlerden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Erken yaşlardan itibaren medya araçlarını kullanmayı öğrenerek, zamanlarının çoğunu internet ve televizyon başında geçiren çocuklar, medya teknolojileri ile içli dışlı bir hayat yaşamaktadır. Günümüz dünyasında medya ile kurulan yoğun etkileşim, çocukların iletişim biçimini değiştirmiş, görselliğe dayalı popüler kültür unsurlarının ön plana çıkması gibi sonuçları beraberinde getirmiştir.

Bireysel gelişim açısından oldukça önemli olan okul öncesi dönem, bireyin doğumuyla başlayarak, sonraki 6-7 yıllık dönemi içine almaktadır. Bu süreçte çocuklarda meydana gelen hızlı değişimler, yaşam boyunca kişiyi etkilemektedir (Deniz, 2017: 129). Okul öncesi dönemde verilen eğitim ile çocukların zihinsel, bedensel ve duygusal gelişimlerini sağlayarak, doğru alışkanlıklar kazanmaları amaçlanmaktadır (Keskinkılıç, 2018:146). Erken çocukluk dönemi çocukların algılarının en açık, kişiliklerinin oluşmasında en belirleyici evre olup, bu dönemdeki çocuklar başta ebeveynleri olmak üzere dış çevreyle etkileşime geçerek, bir takım davranışları taklit ederek öğrenme eğilimi göstermektedirler (Özdemir vd, 2012).0-6 yaş aralığını kapsayan okul öncesi dönemde çocuklar çizgi film ve bilgisayar oyunlarında karşılına çıkan eğlenceli, güzel, güçlü kahramanlarla özdeşleşip, duygusal bağ kurmakta, onların yaşam tarzlarını model almaktadır.

Endüstriyel yapılar ve profesyonel uzmanlar tarafından hazırlanan çocuk programlarında gelişmiş teknolojilerden yararlanılarak, eğlence formatında hazırlanan tasarımlarla, çocukların ilgisini çekmek amaçlanmaktadır. Bireylerin davranışlarını, duygularını, alışkanlıklarını etkileme gücüne sahip olan medya içerikleri aracılığıyla tüketici yaşam tarzı, şiddet kültürü ve olumsuz davranış örnekleri küçük yaşta çocuklara iletilmektedir.

Ebeveynlerin çocuklarına yönelik sergiledikleri davranışlar, onların medya araçları ile kurdukları ilişkide belirleyici olmaktadır. İş yaşamlarına daha fazla vakit ayıran ebeveynlerin, çocuklarına ilgi göstermemeleri, çocukların daha uzun sürelerle televizyon karşısında vakit geçirmesine neden olmaktadır (Yousaf vd.2015). Özellikle annelerin çalışmasının çocukların televizyon izleme süreleri ile ilişkili olduğu ortaya çıkarılmıştır (Soumya vd.2014). Anneler bazen bilinçli, bazen bilinçsiz olarak televizyonu çoğu zaman bir ‘dada’ olarak kullanmakta; televizyon, ebeveynlerin ‘yapması gereken işleri’ yaparken, çocukla ilgilenme işini üstlenmektedir. Yoğun bir çalışma gününün ardından eve gelen anneler, ev işlerini yetiştirme telaşında çocuklarını çoğunlukla ‘elektronik bakıcılara’ yani televizyona teslim etmektedir.

Günümüzde erken yaşlardan itibaren medya teknolojileriyle tanışan çocukların en yakın arkadaşları cep telefonları, bilgisayar ve internettir. TÜİK (Türkiye İstatistik Kurumu) 2013 yılında yaptığı araştırmada Türkiye’de çocukların bilgisayar kullanmaya başlama yaşının ortalama 8, internet kullanma yaşının 9, cep telefonunu kullanma yaşının ise ortalama 10 olduğunu ortaya koymuştur. Araştırmaya göre, çocukların yüzde 24,4’ünün kendi bilgisayarına, yüzde 13,1’inin cep telefonuna sahip olduğu, yüzde 60,5’inin bilgisayar, yüzde 50,8’inin internet, yüzde 24,3’ünün de akıllı telefon kullandığı belirtilmiştir (TÜİK, 2013).

Avustralya’da 6-7 yaş grubu 2 bin 143 çocuk ile gerçekleştirilen araştırmanın verilerine göre çocuklar günde ortalama 90 dakika televizyon seyretmektedir (Brown ve diğerleri, 2010). Erdoğan ve Baran (2008) tarafından

yapılan araştırmanın bulguları, altı yaş çocuklarının günde ortalama 2-4 saat arası televizyon seyrettiklerini ortaya koymaktadır. Yalçın ve diğerleri (2002) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre ise okul öncesi ve ilköğretim çağı çocuklarının yüzde 62'si günde 2 saati, yüzde 8,3'ü ise günde 4 saati televizyon başında geçirmektedir. Bazı ülkelerde çocuklar günde üç-dört saat televizyon izlemektedir (Corrigan,2010).

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu bünyesinde yer alan Kamuoyu Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı tarafından 2006 yılında 17 ilde 7-14 yaşları arasında ve ilköğretime devam eden bin 719 öğrenci üzerinde gerçekleştirilen 'İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları Kamuoyu Araştırması' önemli sonuçlar ortaya koymaktadır: "Hafta içi televizyon izleme sürelerine bakıldığında katılımcıların yüzde 27,4'ünün 2 saat, yüzde 19,5'inin 1 saat, yüzde 19,1'inin 3 saat televizyon izlediği görülmektedir. Bununla birlikte hafta sonu televizyon izleme süreleri değerlendirildiğinde bu durum farklılık göstermektedir. Buna göre katılımcı öğrencilerin yüzde 28,4'ü 5 saat ve üstü, yüzde 20,8'i 2 saat ve yüzde 18,1'i ise 3 saat televizyon izlediğini ifade etmiştir. Katılımcıların hafta sonu televizyon izleme süresi hafta içi televizyon izleme süresinin ortalama 2,5 - 3 katıdır. İlköğretim çağındaki öğrencilerin televizyon izleme sebeplerine bakıldığında yüzde 66'lık bir kesimin "televizyon izlemeyi sevdiğim için", yüzde 21,4'lük bir kısmının "hayal dünyamı geliştirdiği için" ve yüzde 21,2'lik bölümünün ise "yapacak başka bir şeyim olmadığı için" nedenlerini sıraladığı görülmektedir. İlköğretim çağındaki öğrenciler arasında en çok izlenen program türleri şöyle sıralanmıştır: Çizgi film (yüzde 72,1), yerli diziler (yüzde 70,1), yarışma programları (yüzde 49,3), filmler (yüzde 45,8) ve çocuk programları (yüzde 44,6). İlköğretim çağındaki öğrenciler arasında en çok sevilen çizgi filmler Tom ve Jerry (yüzde 22,3), Buggs Bunny (yüzde 17,9), Şirinler (yüzde 9,9) ve Spider Man-Örümcek Adam (yüzde 3,4)'dır. Söz konusu çizgi filmlerin sevilme nedenleri genel olarak komik ve eğlenceli olmaları ile kahramanlarına duyulan hayranlığa bağlanmaktadır. (http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/arastirmalar/ilkogretim_cagindaki_cocuklarin_tv_aliskanliklari.pdf 13.11.2015)

Çocukların gelişiminde televizyon ve internet teknolojileri önemli bir rol oynamakta, bu araçlar onların karakterlerini, kimliklerini, davranışlarını, düşüncelerini etkileyen önemli sosyalleşme araçları olarak karşımıza çıkmaktadır. Çizgi filmlerin ve dizilerin çocukların hayatında önemli rol oynamasıyla 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 (Gümüş, 2013).

Medya Çocuk İlişkisinde Tüketim Olgusu

Her geçen gün yarattığı yeni bir kahraman ve onun imajına eşlik eden ürünleriyle çocuklar üzerinde büyük bir etkisi olan medya, onların tüketim alışkanlıklarının şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır (Şener, 2007). Son yıllarda yaygınlaşan tüketen çocuk imgesi ile firmalar reklam satış teknikleri ile çocukları hedef almaya başlamışlardır. Her şeyin tüketimle ilişkilendirildiği bu ortamda tatmin olmama duygusunu yaşayan çocuklar daha çok tüketim ve sahip olma kültürüne entegre bir yaşam sürmektedirler.

Popüler karakterler üzerinden satış ve pazarlama faaliyetlerini yürüten reklam sektörü, çocuklara yönelik programlarda bunu çizgi film ve dizi kahramanları gibi temsiller üzerinden gerçekleştirmektedir. Medya kahramanlarının zeki, güzel, yakışıklı, güçlü olması onlara olan inancı pekiştirerek, bunların rol model olarak benimsenmesini kolaylaştırırken, çocuklar onlar gibi olmak istemektedirler. Torlak'a (2001:249) göre çocuklara yönelik reklamların bazı çizgi film kahramanlarıyla birlikte desteklenmesi, çocukların zihinlerinde farklı imajlar oluşmasına yol açmaktadır.

Çocuklara yönelik tüketim kültürünün en önemli parçasını oyuncak endüstrisi oluşturmakta, bu pazar ortamında çocuklar tüketici, oyuncaklar ise maddi kazanç sağlanabilecek bir tüketim nesnesi olarak görülmektedir. İnal'ın (2007: 11) yorumu ile; "Günlük hayatımızda da her an fark edebileceğimiz üzere, örneğin bir çizgi film piyasaya sürüldüğünde, akabinde hemen o çizgi filmdeki karakterlere ait yığınlarca ürün de piyasaya sunulmaktadır. ABD ve diğer batılı ülkelerin kültür endüstrisi, X-Man, Spider Man, Pokemon, Terminatör gibi sanal kahramanlar sayesinde çocuklara aktarılmaktadır".

Reklam firmalarının öncelikli hedef kitlesi içinde çocuklar yer alırken, henüz yorumlama ve analiz yetenekleri yeterli olgunluğa erişmediğinden, reklam mesajlarından en çok etkilenen kesimi oluşturmaktadır. Genelde oyuncak, şeker, dondurma, çips gibi ürünler üzerinden çocuklar ile iletişime geçen reklam endüstrisi, bu ürünlerin lezzet, renk, koku gibi özelliklerini ön plana çıkartmaktadır. Doğru ile yanlış, gerçek ile hayali ayırt etme yetenekleri henüz tam olarak gelişmemiş olan çocukların; aldatıcı reklam mesajlarına maruz kalması, çocuğun ürünün alınması noktasında anne ve babası üzerinde baskı oluşturmaya neden olabilmektedir (Şentürk ve Turğut,2011: 64). Reklamların daima daha fazla ve yeni gereksinimler yarattığı fikrine katılan Yavuzer'e (1998:247) göre "Çocukların gerçek gereksinimleri ayırt edebilmeleri oldukça zordur. Reklamlarda

gördüğü her ürüne sahip olmak isteyen çocuk, ailesine bu konuda baskı yapabilmekte ve istekleri yerine getirilmediğinde ailesine karşı huzursuzluk çıkarabilmektedir”.

Çizgi film kahramanlarıyla ilgili yan ürünlerin satışları, çizgi film endüstrisinin en önemli gelir kaynakları arasında yer almaktadır. Aileler çocuğu mutlu olsun diye, çocuğun istediği her türlü popüler çizgi kahramanı taşıyan saat, çanta, ayakkabı, oyuncak bebek, araba, kıyafet, kırtasiye eşyaları gibi ürünleri satın almak zorunda kalabilmektedir. Aşçı (2006) çocukların büyük çoğunluğunun çizgi film ya da animasyon karakterleri tarafından reklamı yapılan ürünleri alma eğiliminde olduklarını ifade etmektedir. Ağaç ve Harmankaya (2009) ise çizgi filmler ve televizyondaki diğer öğelerin çocukların giysi tercihlerini önemli oranda (yüzde 49,9) belirlediğini ifade etmektedir. İnal’ın (2009: 43) ifadesiyle, “Çocuklara verilen fikir, ‘tükettiğin sürece varsın’ düşüncesidir. Çocuk, çoğu zaman popüler kültür ürünlerini belirleyen, yerel olmaktan ziyade daha da küresel hale gelen ideolojik içeriklerle kuşatılmış bir dünyada yaşamaktadır. Bir başka deyişle, modern toplumun yüzyıllar içinde oluşturduğu ‘üretici-yurttaş-çocuk’,postmodern toplumda yerini ‘tüketici-küresel-çocuk’a bırakmıştır”.

Medya-Çocuk İlişkisinde Şiddetin Yeri

Medyada şiddet olgusu, çocuklara yönelik olarak hazırlanan başta bilgisayar oyunları, çizgi filmler, sinema filmleri, diziler olmak üzere farklı medya program içeriklerinde karşımıza çıkmakta, yapılan çalışmalar şiddetin çocuklar üzerinde olumsuz etkileri olduğunu ortaya koymaktadır.

Çocuklara yönelik olarak hazırlanan birçok medya içeriğinde yoğun bir şekilde şiddete yer verildiği görülmektedir. Özellikle çizgi filmlerde şiddet sahneleriyle sıklıkla karşılaşan çocuklarda saldırgan davranışlar, şiddete karşı duyarsızlaşma, kötü ve korku dolu bir dünyada yaşıyor olma algısı oluşturulmaktadır. Yapılan çalışmalar, şiddet sahnelerine maruz kalmanın, çocuklarda saldırgan davranışları arttırdığını göstermektedir.

Çizgi filmlerde sorunların çözümü için şiddete başvurulmakta, bunun meşruluğunu vurgulamak adına da eğlenceli unsurlardan yararlanılmaktadır. Günümüzde şiddet kavramına olan bakış açısının değiştiğini ifade eden Yavuzer’e (1982:400) göre; “Eskiden, Karagöz’ün Hacivat’a attığı bir şamar çocuğu güldürmeye yeterken, şimdilerde gözde olan Ağaçkakan çizgi kahramanı düşmanına dinamitler yağdırma ya da onu havan topuna koyup göğe fırlatma yoluyla küçük izleyicilerine gülme öğesi sağlamaktadır. Anlaşılan, ölümle sakalaşan bir kuşak yetiştirmekteyiz”.

Çocuğa yönelik olarak hazırlanan programların yüzde 61 oranında şiddet içerdiğini belirten Özen ve Kartelli (2017), televizyondaki şiddet ile çocukların şiddete yönelik davranışları arasında yakın ilişki bulunduğunu ifade etmektedir. Televizyonda şiddet içeriğinin yoğun olarak kullanılmasının sonuçlarından biri şiddet görüntülerinin kanıksanmamasıdır (RTÜK, 2006; Michaud,1991). Şiddet içeriğinin en fazla yer aldığı medya program türlerinin başında çizgi filmler gelmektedir. Avcı’nın (2006: 139) ifadesiyle, “Çizgi filmlerdeki iyi kalpli ve sevimli kahramanların, kötülerle ya da kötülüklerle mücadelesinde sorunları şiddet kullanarak çözmeleri, şiddetin haklı olduğu izlenimini oluşturarak çocukların bu tür davranışları model almasını kolaylaştırmaktadır” Öktem’e (2003: 41) göre çocuklar, bireysel ve çevresel özelliklerine göre televizyon yayınlarında yer alan şiddet içeriğinden farklı etkilenmektedir: “Bir çocuk şiddeti taklit ederek özdeşleşebilmekte ve bunun sonucu olarak şiddeti hayatına yansıtarak saldırganlaşma ve sorunların çözümünde şiddeti kullanma eğilimini benimseyebilmektedir”.

Çizgi filmlerde sıklıkla rastlanılan şiddet sahneleri eğlenceli ve komik unsurlarla ekranlara yansımakta, kötülükleri ve kötülükleri cezalandırmak için başvurulan haklı bir eylem olarak gösterilmektedir (İşiker,2011). Giroux, çocuklar için büyük endüstriler tarafından hazırlanan çizgi filmlerin eğlendirmenin ötesinde işlevleri olduğunu iddia eder. Ona (2007:109) göre, çocukların günlük yaşamını dolduran bu filmler, toplumsal değerleri ve rolleri öğretmede aile, okul ya da dini kurumlardan daha güçlüdür. Televizyonda karşılaştıkları şiddet sahnelerini taklit ederek, bu tür eylemleri içselleştiren çocuklar, çizgi film karakterlerini rol model olarak onlarla kendilerini özdeşleştirme yolunu seçmektedir.

Eron ve Huesmann’ın yaptığı bir çalışmada 8 yaşında şiddet dolu program izleyen çocukların izlemeyen çocuklara göre daha fazla saldırgan davranışlarda bulunduğu ve aynı çocukların 19 yaşına geldiklerinde de, şiddet programlarını izlemeyenlere oranla daha fazla saldırgan oldukları görülmüştür. Bu araştırmanın sonucundan çıkararak son yıllarda okullardaki şiddet olaylarının artmasının nedenlerinden biri olarak küçükken izlenen şiddet içerikli yapımlar olabileceği söylenebilir (İşsever,2008:117).

Medyadaki ve özellikle çizgi filmlerdeki şiddetten etkilenen küçük yaşlardaki çocuklar, kendilerinin de şiddet kurbanı olabileceğini düşünmekte, korku ve kaygı geliştirmektedirler. Bu çocuklarda sık sık ağlama, kucak isteme, saldırganlık eğilimi, uyku bozuklukları, kekeleye, tuvalet alışkanlıklarında bozulma, güven sorunları,

sosyal etkileşimden kopma, benlik değerinde düşme, dikkat toplama sorunları ve depresyon eğilimi artmaktadır (Bonds 2002; Ledingham, Ledingham & Richardson, 1993).

İşsever'in (2008:117) ifadesiyle, "Ana teması şiddet olan çizgi filmlere içerik bakımından bakıldığında kötülerin güçsüzler üzerinde eziyeti vardır. Kötü karakterler genelde vücut ve yüz olarak kötü olduklarını yansıtmak şeklinde çirkin, iri yapılı ve aptallardır. İyiler ve kötüler arasındaki çatışmaya gelindiğinde ise bu çatışmayı başlatan hep kötüler olmaktadır ve kazanan daima iyilerdir. Bu savaşın kazanılması için yapılan her türlü şiddet meşru bir yöntem olarak izleyiciye mesaj halinde verilmektedir. Çizgi film kahramanları genellikle erkektir. Ancak son dönemde kız çocuklarına yönelik şiddet içeren çizgi filmlerde yapılmaya başlanmıştır. Çizgi filmlerde kahramanlar şiddet kullandıkları sırada tüm mesajlarını bağırma eşliğinde vermektedirler. Çocuklar bu kadar yüksek sesle verilen mesajlar nedeniyle çizgi filmleri daha çok ilgiyle izlemekte ve kendileri de oyunlarında komut verirken bağırarak hareket etmektedirler. Bir anlamda bağırarak güç gösterisi yapılmaktadır".

Çocukların internet ortamında da oyunlar aracılığıyla şiddet içeriklerine maruz kalması psikolojik ve zihinsel açıdan bir takım olumsuz sonuçları beraberinde getirmekte, şiddetin meşrulaşmasına, kuşku ve güvensizlik duygusunun oluşmasına, bireyin sorun çözme noktasında şiddete başvurmasına yol açmaktadır. Sıklıkla bilgisayar oyunu oynayan çocuklarda özgüvenlerinde ve sosyal gelişimlerinde düşme, saldırganlık davranışlarında da artış görülebilmektedir.

ÇOCUKLARIN DÜNYASINDA ÇİZGİ FİLM

Türkçede "hayat vermek" anlamına gelen Latince "animare" kelimesi dilimizde "animasyon" şeklinde kullanılmaktadır. TDK tarafından yayımlanan Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü'nde "tek tek resimleri ya da devinimsiz nesnelere gösterim sırasında devinim duygusu verebilecek biçimde düzenlemek ve filme aktarmak işi" (Özön,1981: 49) ifadeleriyle tanımlanmaktadır. Sinema alanında kullanılan bir terim olan bu kelime dışında halk arasında yaygın olarak kullanılan kavram ise çizgi filmidir. Bazı kullanımlarda ise televizyonda yayımlanan çizgi diziler çizgi film, sinemada gösterilen filmler ise animasyon veya canlandırma olarak adlandırılmaktadır (Kılıcı, 2009: 39). Çocukların izlediği televizyon kanallarında, internet oyunlarında sinema filmlerinde canlandırmanın bir türü olan çizgi filmler ilk sırada yer almaktadır.

Çizgi filmler, genellikle çocuk izleyicilere mesaj aktarma amacıyla hazırlanan, tek kare çekim yöntemi kullanılarak varlıklara ve çizimlere hareket kazandıran film türü olarak ifade edilir. Bu filmlerde iki temel öğe vardır. Bunlar müzikler ve görsellerdir. Çizgi filmlerin amacı çocukları eğitmek, öğretmek ve doğru yolu göstermektir. Ancak heyecan oluşturmak için tasarlanan sahnelerde her zaman doğru davranışlar gözlemlenmeyebilir. Bakıldığında olumlu gibi görünen birçok sahne bilinçaltında olumsuz duyguların varlığına sebep olabilir (Görmez, 2018: 97). Çizgi filmler bir iletişim aracı olup, toplumsal bir işleve sahiptir (Güler, 1989:175).En olmayacak düşleri gerçekmiş gibi gösterme gücüne sahip olan çizgi filmler, gerçeğin kendisi değil, bir yanılsamadır (Altaç,1994: 22).

Çizgi film karakterlerini hayvanlar, insanlar ve düşsel kişiler olmak üzere üç grupta toplayan Güler (1989), çizgi filmlerin hayvansal karakterlerle dolu olmasının rastlantı olmadığını, hayvansal özelliklerin karakterlere bir masumiyet kazandırmanın yanı sıra doğadaki karmaşık toplumsal ilişkileri tümüyle kaplayıp belirlediğini söyler: "Çizgi filmde hayvanlar aracılığıyla çocuğun iç dünyasını yansıtmaya olanağından yararlanır. Bu bağlamda, çizgi filmlerde hayvan karakterlerinin kullanımı 'oyunun başkahramanı' ve 'insanlara yardım eden' olarak iki şekilde gerçekleşmektedir: Birinci şekildeki kullanımda, hayvanlar ya doğanın bir parçası olarak ya da olayların odak noktası olarak geçerler. Hayvanlar doğanın bir parçası olarak alındığında, kendi özelliklerini de yansıtmaktadırlar. Tek farkları konuşabilme özelliklerinin olmasıdır. Fakat çizgi filmde odak noktası olduklarında insanın bir simgesi haline gelmektedirler".

Son yıllarda tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de yayınlarında çizgi filmlere yer veren kanalların (Yumurcak TV, Cartoon Network, MinikaGo, TRT Çocuk, Planet Çocuk gibi) sayısında bir artış görülmüştür. Televizyon dışında gelişen teknoloji sayesinde bilgisayar, tablet, cep telefonlarında da istenilen saatte çizgi filmlere erişim kolaylaşırken, sinema salonlarında da 'animasyon' olarak adlandırılan çizgi filmler gösterime sunulmaya başlanmıştır. Tüm bu gelişmeler çizgi filmlerin eğitim, reklam ve kültür aktarımı amacıyla kullanılmasına zemin hazırlamıştır (Türkmen, 2012:140).

Amerika'daki çocukların televizyon izleme oranlarına bakıldığında 2-5 yaş aralığındaki çocukların haftada yaklaşık 27 saat televizyon izledikleri, bunlar içerisinde çizgi filmlerden, yetişkinler için hazırlanan programlara kadar birçok programın yer aldığı saptanmıştır (Centerwall, 1992: 3060). Türkiye'de yapılan bir araştırma ise (Cesur ve Paker, 2007: 108) yaklaşık on yaşlarına kadar çocuklarda çizgi filmlere yönelik büyük bir ilginin olduğunu, bu yaştan sonra ise bu ilgide düşüşün yaşandığını ortaya koymaktadır. Demiriz ve

İlkay'ın (1999) yaptığı bir araştırmanın sonuçlarına göre ebeveynlerin yüzde 79,4'ü çocuklarının çizgi film programlarını izlemeyi tercih ettiklerini belirtmişlerdir (akt. Serhatlıoğlu, 2006). Erdoğan ve Baran (2008) tarafından yapılan araştırmanın bulguları da altı yaş çocuklarının çoğunlukla çizgi film seyrettiklerini ortaya koymaktadır.

Geçmişten gelen anlatıları günümüze taşıyan görsel unsurlardan biri olarak karşımıza çıkan çizgi filmler, özellikle Batı kültürünün geniş kitlelere aktarımında önemli bir araç olarak işlev görmektedir. Çizgi filmleri izlerken bu tip unsurdan büyük ölçüde etkilenen çocuklar farkında olmadan bunları davranışlarına yansıtılmaktadırlar. İyilik, dostluk, dürüstlük gibi kavramları tema olarak işleyen çizgi filmlerde kültürel kodlara sıklıkla rastlanmaktadır. Örneğin 80-90'lı yıllarda popüler olan 'Şirinler' isimli çizgi filmde; kötülüğe karşılık iyilik, dostluk, dayanışma, mutluluk gibi kavramlar işlense de, çocukların bilinçaltına işlenen kavramlar farklılık taşımaktadır. Schimidt (2001) bu konuda şöyle demektedir: "Şirinlerin lideri olan Şirin Baba'nın sosyalizmin simgesi olan kırmızı şapkasıyla ve Marx gibi beyaz sakallarıyla Karl Marx' a benzediğini, Gargamel'in papaz cübbesiyle dini, para hırsıyla kapitalizmi simgelediğini ifade eder. Şirinler topluluğunun komünal bir yaşam sürüp para kullanmamaları ve herkesin eşit şartlarda olması, mülkiyetin de ortak olması gibi unsurlar da kapitalist sistemi destekler niteliktedir. Ekonomik açıdan şirin köy kapalı pazardır. Paranız yoktur ve tüm eşyalar ortaktır. Herkes eşit derecede bir işçi ve sahibidir. Şirin Köyünde büyük bir sermaye parçası ya da üretilen üretim yöntemi var: baraj. Bu, tüm kolektifin malıdır, işletilir ve tamir edilir".

Benzer şekilde Ninja Kaplumbağalar adlı çizgi filmde de bu amaca hizmet eden birtakım özelliklere rastlanmaktadır (Atan,1995: 38). Çizgi filmin ismi ve içeriği Japon Ninja kültüründen esintiler taşımaktadır. Film kahramanlarının isimleri için Rönesans'ın en önemli aydınlarına/ressamlarına ait adların seçilmesi, kahramanların en sevdiği yiyeceğin pizza olması vb. hususlar, batı kültürüne ait kodların çocuklarca öğrenilip benimsenmesini kolaylaştırmaktadır. Çizgi filmler vasıtasıyla çocuklara bilinçaltına yönelik mesajlar iletilmektedir. Ülkemizdeki televizyon kanallarında yayınlanan çizgi filmler arasında Türk yapımı ve kültürünü tanıtan içeriklere yer verilse de, çeşitli ülkelerin kültürel motiflerini taşıyan çizgi filmler ağırlıklı yer tutmaktadır.

Yapılan çalışmalar çizgi filmlerin çocuklar üzerinde olumlu ve/veya olumsuz birçok etkileri olduğunu ortaya koymaktadır. 2011 yılında beş yaş grubundaki çocukların izledikleri çizgi filmlerin saldırgan davranışlarına olan etkisinin incelendiği bir çalışmada; çocukların sergiledikleri saldırgan davranışlarla, çizgi filme maruziyet süreleri arasında anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Buna göre şiddet içerikli çizgi film izleyen çocuklar, karşılaştıkları şiddet sahnelerini taklit edebilmekte, birbirlerine şiddet uygulayarak, daha agresif davranışlar sergileyebilmektedir (Karatay ve Kesgin, 2006). 2011 yılında okul öncesi çocuklarda medyanın sosyal davranışları üzerindeki etkisini incelemek amacıyla 92 çocukla yapılan bir çalışmada; zararlı içeriklere maruz kalan çocuklarda saldırganlık davranış düzeyi yüksek bulunurken, olumlu sosyal davranış düzeyleri düşük bulunmuştur (Connors vd. 2011).

Medyada gördüklerini sorgusuz sualsiz gerçek olarak kabul etme eğiliminde olan çocuk, soyut ve sahte bir dünya kurgusu ile kuşatılmaktadır. Özellikle küçük yaşlardaki çocuklar muhakeme yetenekleri tam olarak gelişmediğinden gördüklerini seçme, ayıklama ve değerlendirme konusunda başarısızdırlar. Çocuklar gerçek ile gerçek olmayanı ayırt etmekte zorlanmaktadır (Şirin, 2011:175).

Luther ve Legg (2010)'e göre televizyonda yer alan çizgi filmler hem sosyal hem de fiziksel saldırganlık örnekleri içermektedir. Çizgi filmlerde çocukları eğlendirme adına bombalama, ateş etme, kesici aletleri kullanma gibi olaylara yer verilmektedir. Böylece çocuklara saldırganlığı ve şiddeti taklit edebilecekleri örnekler sunulmaktadır (Can, 1995). Fouts vd. (2006), Walt Disney şirketine ait 34 filmi inceledikleri çalışmada filmlerin yüzde 74'ünün 'şeytanlaştırma' içerdiğini tespit etmiştir. Filmlerde yer alan 136 ana karakterden yüzde 18'i şeytanlaştırılmıştır, yani çocuklar bu filmleri izlerken başkalarına zarar verip vermediğine bakılmaksızın kötü davranışa yönelme sahnelerine maruz kalmaktadır

Yıldız'ın (2016) çocukların en çok tercih ettiği çizgi filmler üzerine yapmış olduğu bir incelemede ise ortalama izleme süresinin toplam 4 bin 220 saniyesinde şiddet unsurlarına rastlandığı görülmüştür. Wilson ve Hunter (1983) tarafından gerçekleştirilen başka bir çalışmada, çocuklarda gözlenen 58 şiddet davranışının, 13 film ve 13 televizyon programının içeriğinde yer alan şiddet davranışlarıyla birebir aynı olduğu tespit edilmiştir. Çocukların televizyon mesajlarına açık olmalarının getirdiği önemli bir sorun, gördüklerini "gerçeklik" olarak algılamaları, gerçek yaşamda karşılığını aramaya çalışmaları ve ekranda gördüklerinin kurgu olduğunun ayrımını yapamamalarıdır (Akyüz, 2013: 117-118).

Akça ve Çilekçiler (2019:408) tarafından Bursa il merkezindeki toplam 43 anaokulu ve 217 anasınıfi arasından belirlenen 10 okulda eğitim gören 4-6 yaş grubundaki 182 çocuk arasından seçilen 20 çocuk

üzerinde gerçekleştirilen araştırma önemli sonuçlar ortaya koymaktadır. Çocukların yerinde olmak ve olmamak istediği çizgi film kahramanlarını belirlemek amacıyla gerçekleştirilen araştırma sonuçlarına göre kız çocukların en çok yerinde olmak istediği çizgi film karakterinin Elsa (Karlar Ülkesi), erkek çocukların en çok yerinde olmak istediği çizgi film karakterinin ise Jett (Harika Kanatlar) olduğu; kız çocukların hiç yerinde olmak istemedikleri çizgi film karakterlerinden ilk sırayı Pepee karakterinin, erkek çocukların hiç yerinde olmak istemediği çizgi film karakterlerinden ilk sırayı ise Donnie (Harika Kanatlar) karakterinin aldığı bulgusu elde edilmiştir. Kız çocukların Elsa gibi her şeyi dondurma gücü olan ya da Bloom gibi uçan bir prenses olmak istemesi, hayal ile gerçeği ayırt etmekte zorlanan çocukların doğüstü yeteneklerle donatılmış karakterlerle gerçek dünyadaki yaşantılarını ayırmakta zorlandığını ortaya koymaktadır. Kaya'nın (2012) ifadesiyle "Piaget'in 'İşlem Öncesi Dönem' olarak tanımladığı dönemde bulunan çocuklar, çizgi film karakterlerini rol model alırken, gerçek ve hayal dünyasını ayırt edememekte ve izledikleri görüntüleri kendi hayatlarına da aktarmak istemektedirler. Çocuklar, çizgi film karakterini neden sevdiklerini açıklarken en çok doğüstü yetenekleri ve dış görünüşü vurgulamaktadırlar. Çocukların çizgi film karakterlerini betimlerken kullandıkları dil irdelendiğinde uçmak isterdim, sihirli güçlerim olsun isterdim ifadelerle gerçekte bu karakterlerin doğüstü yeteneklerine öykünme arzularını açığa vurdukları anlaşılmaktadır".

Okul öncesi dönemdeki çocukların en çok tercih ettikleri çizgi filmlerde yer alan şiddet içeren unsurları araştıran bir çalışmada, Rafadan Tayfa'nın 2 bin 196 saniyelik izlem süresinin yüzde 3'ünde sözel şiddet, yüzde 3'ünde psikolojik şiddet göstergelerinin bulunduğu tespit edilmiştir (Yıldız, 2016). Bu bulgu, adı geçen çizgi filmin sözel/ psikolojik şiddet içeren çeşitli davranış kalıplarının çocukların bilincine yerleşmesine yol açabileceği ve dolayısıyla çocuklar için dijital bir tehlike olabileceği şeklinde yorumlanabilir.

Yağlı'nın (2013:709) ifadesiyle, "Çocuklar kendilerini izledikleri çizgi film karakterleri yerine koyarlar ve onlar gibi olmak isterler, davranışlarını onlara göre şekillendirirler. Bu durum çocukların benlik duygularını yitirmelerine ve kişilik gelişimlerini etkilemektedir. Okul öncesi dönemdeki çocuklar büyüdüklerinde genellikle sevdikleri çizgi film karakterleri veya kahramanları olmayı isterler. Böylece çocuklar becerilerine göre kimlik oluşturmak yerine 'O' olmayı isterler. Ebeveynler, çocukların televizyondan etkilenme derecelerini azaltmak için izlenen programların konusuna, çocuk üzerinde oluşturacağı etkiye ve çizgi film seçimine özen göstermelidir".

Yavuzer (1998), "Okul öncesi dönemden itibaren çocuklar model olarak seçtikleri çizgi film kahramanlarının özelliklerini günlük yaşamlarına ve oyunlarına yansıtmaktadırlar. Çizgi film kahramanları, çeşitli davranış ve hareketleriyle, okul öncesi çocuktaki saldırganlık dürtülerini harekete geçirebilmekte, onları saldırgan yapabilmektedir. Çünkü okul öncesi çocukta dürtüleri kontrol etme yeteneği çok zayıf olmaktadır" görüşlerini belirtmektedir.

Christakis ve Zimmerman (2007), Luther ve Legg (2010), Verlinden ve diğerlerine (2012) göre televizyonda yer alan bazı çizgi film programları hem sosyal hem de fiziksel saldırganlık ve şiddet içeriklerine sahiptir. Çizgi film programlarında gerek güldürmek, gerek dikkat çekmek gerekse çocukları eğlendirmek adına vurma, yaralama, ezme, ateş etme gibi olaylara yer verilmesinin yanı sıra renk, simge, sembol, şekil, figür ve işaretlerle destekli bir atmosferle yansıtılan olumlu ve olumsuz davranışlar, çocuklar tarafından benimsenip uygulanabilmektedir (Akçalı, 2007).

Çizgi filmlerin çocuklar üzerinde olumsuz etkilerinin yanı sıra, olumlu bir takım etkileri de bulunmaktadır. Yapılan çalışmalar çizgi filmlerin çocuklar üzerinde sosyalleşme, empati, yardımlaşma, etkin öğrenmeyi geliştirme, dil gelişimini hızlandırma gibi bireysel gelişimine katkı sağladığı bilinmektedir (Mahesh Chandra Guru, Nabi ve Raslana, 2013; Önder ve Dağal, 2006; Zimmerman ve Christakis, 2005). Çizgi filmlerin çocuklar tarafından nasıl algılandığı, onların davranışlarında kendisini gösterebilmektedir. Bu durum söz konusu program içeriklerinin hazırlanırken, çocukların bilişsel gelişim düzeylerinin dikkate alınmasını gerekli kılmaktadır (Samaniego ve Pascual, 2007).

ÇOCUK-MEDYA İLİŞKİSİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI

Medya okur-yazarlığı en basit şekliyle medyanın akıllı ve etkili biçimde kullanılabilmesini içermektedir. Medya okuryazarlığı; "yazılı ve yazılı olmayan büyük çeşitlilik gösteren yapılarıdaki (internet, televizyon v.b.) mesajlara ulaşma, bunları çözümlenme, değerlendirme ve iletme yeteneği" olarak tanımlanmaktadır. Elektronik medyanın gelişimi ile birlikte çok farklı kanallardan enformasyon bombardımanı altında kalan çocukların, kendilerine iletilen mesajları süzmeden olduğu gibi algılamaları, medya okuryazarlığının önemini arttırmaktadır (Avşar, 2014: 10).

Medyanın sağladığı olanakların yanı sıra kitle iletişim araçlarının artan çeşitliliği ve bu çeşitliliğin her yaştaki bireyleri etkileme gücü, medya okuryazarlığı kavramını ortaya çıkarmıştır (Kurt ve Kürüm, 2010:2).

İzleyicinin medyayı bilinçli okumasını sağlayan medya okuryazarlığı, aynı zamanda insanın kendini özgürce ifade etmesi, bireyin toplumsal hayata daha aktif ve yapıcı olarak katılımını sağlaması açısından önem taşımaktadır.

Gelişen teknoloji, görsel işitsel ve yazılı medya karşısında savunmasız bir alıcı durumunda bulunan çocukların ilköğretimden başlayarak medya karşısında bilinçlendirilmelerinin gerekliliğini ortaya koymaktadır. Küçük yaşlardan itibaren çocuklara verilecek eğitim sayesinde öğrenciler medya karşısında pasif bir alıcı olmak yerine, medyanın dilini çözebilecek bilinç düzeyine ulaşarak kitle iletişim araçları karşısında aktif bir birey olarak yer alabileceklerdir. Medya okuryazarlığı sayesinde bireylerin medya tüketiminde eleştirel bir bakış açısına sahip olmaları mümkün olabilecektir.

Medya okuryazarlığı sayesinde çocuklar medyada gördüklerini aklın süzgecinden geçirerek eleştirel bir bakış açısı kazanmakta; mesajları çözümlenme, değerlendirme ve iletme yeteneği elde etmekte, bilinçli bir medya okuyarları olmaktadır. Ertürk'ün ifadesiyle (2011: 52) “Medya, çocuk gelişimine çevresel etkenler kategorisinde, etki eder. Ekolojik sistem teorisine göre medya araçları, bir ekosistem ögesi olarak büyük bir çevrenin parçasıdır ve çocuk bireyin sosyalleşme kanallarından biri olarak gelişiminde çevresel bir etki yaratır. Onun gelişim dönemlerinin her birinde de medyanın etkisi kaçınılmazdır”.

Medya okuryazarlığı ile ilgili iki temel yaklaşım söz konusudur. Bunlardan ilki, temelini eleştirel pedagojinin oluşturduğu eleştirel medya okuryazarlığı; öbürü ise bugün pek çok ülkenin yaklaşımını açıklayan ana akım ya da ticari medya okuryazarlığıdır. Eleştirel medya okuryazarlığında amaç, dolaşılama sokulan medya içerikleri ve tasarımları karşısında eleştirel bir tavır takınarak, onların gündelik yaşamdaki köklerinin farkına varılmasını sağlayacak bir düşünce yapısı oluşturabilmektir. Ana akım ya da ticari medya okuryazarlığında ise tüketim ve aktif tüketici yetiştirme konusuna ağırlık verildiği; medya okuryazarlığı programları ile medya mesajları karşısında bilinçli tercihler yapan aktif tüketiciler yetiştirme amacına hizmet edildiği görülür (Özonur ve Özalpman, 2009: 197).

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de medyanın ve özellikle de televizyonun çocuklar üzerinde etkileri konusundaki endişeler, medya okuryazarlığı konusunu gündeme getirmiştir. Ülkemizde de 2004 yılında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun önerisiyle ilk kez ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı dersinin okutulması önerilir. 2004-2006 yılları arasında çeşitli ülkelerdeki bu alandaki çalışmalar incelenmesinin akabinde çalışmaları yürütmek üzere; Radyo ve Televizyon Üst Kurulu uzmanları ve üniversitelerden akademisyenlerin de katılımıyla bir komisyon oluşturulur. Üst Kurul tarafından medya okuryazarlığına ilişkin çalışmalarda hazırlanan bütün dokümanlar konuyla ilgili faaliyetlerin yürütülmesi için; Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kuruluna gönderilir ve Talim ve Terbiye Kurulu ile Üst Kurul arasında işbirliği ve koordinasyon içerisinde gerçekleştirilecek çalışmalarda gerekli desteğin sağlanacağı hususu dile getirilir. Bu çalışma neticesinde, Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı ile Radyo ve Televizyon Üst Kurulu uzmanları ve İletişim Bilimleri akademisyenlerinden oluşan bir komisyon tarafından ‘Medya Okuryazarlığı Dersi Taslak Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu’ hazırlanır. 22 Ağustos 2006 tarihinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu arasında ‘Öğretim Kurumlarına Medya Okuryazarlığı Dersi Konulmasına Dair İşbirliği Protokolü’ imzalanarak, her iki kurumun yükleneceği sorumluluklar ve görevler belirlenir. ‘İlköğretim Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı’ 31.08.2006 tarihinde MEB Talim ve Terbiye Kurulu’nda görüşülerek kabul edilir. Bir sonraki aşamada, 2006-2007 eğitim-öğretim yılında Medya Okuryazarlığı dersinin okutulacağı beş pilot okulun seçimine geçilir (<http://www.medyaoakyazarligi.org.tr>).

Bu noktada uygulamada ortaya çıkan sorunlardan ilki, dersin işlenişi ve bu dersi aktaracak öğretmenlerin seçimi noktasında karşımıza çıkmaktadır. Medya okuryazarlığı dersinin bu konuda herhangi bir eğitim almamış sosyal bilgiler öğretmenleri tarafından verilmesinin planlanması, bir takım endişeleri beraberinde getirmektedir. Özonur ve Özalpman'ın (2009: 204-205) ifade ettiği gibi “Dersin işlenişi ve içeriği ile ilgili seçilen pilot uygulama okulları öğretmenleriyle yapılan görüşmelerin sonuçları çok da iç açıcı değildir. Medya içerikleri ya da medyanın etkileri konusunda oldukça eleştirel bir eğilim için de olsalar da, öğretmenlerin medya içeriği, tasarımları ve etkileri konusunda yeterli birikimleri yoktur. Sözü edilen bilgi hiyerarşisi bağlamında medya çıktılarını anlama, açıklama ve belirli bir bağlam çerçevesinde değerlendirme yetisi kazandırma konusunda çocuk bireyleri yetiştirebilme yetkinliklerinin olduğu kuşkuludur”.

Hobbs (2004: 122), ‘Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma’ adlı makalesinde bu noktadaki tartışmaları yedi madde ile özetlemektedir: “Medya okuryazarlığı eğitimi çocukları ve gençleri medyanın olumsuz etkilerinden korumayı amaçlamalı mıdır? Medya üretimi medya okuryazarlığı eğitiminin temel bir özelliği olmalı mıdır? Medya okuryazarlığı popüler kültür metinlerine odaklanmalı mıdır? Medya okuryazarlığının daha doğrudan bir politik ve ideolojik gündemi olmalı mıdır? Medya okuryazarlığı okul

temelli ilk ve orta öğretim eğitim ortamlarına odaklanmalı mıdır? Medya okuryazarlığı özelleşmiş bir konu olarak mı öğretilmelidir, yoksa mevcut konuların bağlamı içine mi yerleştirilmelidir? Türkiye’de de bu iki yaklaşıma ait benzer tartışmalara rastlamak mümkündür”.

Giritli ve İnceoğlu’nun (2005: 9) vurguladığı gibi, medya okuryazarlığı, demokratik toplumlarda katılımın sağlanması açısından önemli olduğu kadar, sosyal adaletin ve eleştirel vatandaş olmanın gereklerinden birini de oluşturmaktadır.

SONUÇ

Modern toplumlarda televizyon adeta elektronik bakıcı olarak konumlandırılmakta, aile bireyleri farklı işlerle meşgul olurken, çocukların oyalanması için bir boş zaman etkinliği olarak görülmektedir. Boş zamanların televizyon ile doldurulması çocukların hayal güçlerinin elinden alınmasına yol açarken, olumsuz birçok sonucu beraberinde getirmektedir.

Çocukların televizyonda en fazla izlediği programlar arasında çizgi filmler ilk sırada yer almaktadır. Çizgi karakterler aracılığıyla çocuklara tüketim alışkanlıkları ile birlikte çeşitli davranış kalıpları aktarılmaktadır. Çocuklar çizgi film karakterlerini model alarak onların giyim kuşam ve davranış biçimlerini benimsemektedir. Çoğunluğu Disney karakterlerinden oluşan bu tasarımlar çocuklara gerçekte sahip olamayacakları olağanüstü güç, güzellik gibi imkanlar sunmaktadır. Bu cazibeye kapılan çocuğun gerçek dünya ile arasındaki bağ giderek zayıflamaktadır. Çizgi film karakterleri aracılığıyla kız çocuklara prenses olmak, ışıltılı uzun saçlara, güzel kıyafetlere sahip olmak, güzel ve göz alıcı görünmek gibi görsele dayalı özellikler vaat edilirken, erkek çocuklara güç, cesaret, korkusuz olma gibi toplumsal cinsiyete dayalı roller vaat edilmektedir (Akdağ, 2017: 538).

Çocuklar için yayınlanan programların çeşitliliği ve izlenme sürelerinin gerektiğinden fazla olması çocuklarda olumsuz tutum ve davranışlara, kimlik gelişiminde sorunlara neden olabilmektedir. Bu noktada medya okuryazarlığı çerçevesinde çocuk programlarının etkin bir denetim mekanizmasından geçirilerek hazırlanması, onlar üzerinde yaratacağı olumlu ve olumsuz etkilerin birlikte değerlendirilmesi önem taşımaktadır. Televizyonun elektronik bakıcı olarak kullanılmaması, mümkün olduğunca boş zamanların çocuğun hayal dünyasını ve sosyal ilişkilerini güçlendirecek etkinliklerle doldurulması faydalı olacaktır. Çocuğun televizyona maruz kaldığı süreler konusunda aileler kontrolü sağlamalı, çocukları tüketime teşvik eden reklamlarla ilgili olarak da düzenleyici ve denetleyici kurumlar gerekli önlemleri almalıdır. Çocukların oynadığı dijital oyunlar ve izlediği çizgi filmler aileler tarafından kontrol edilmelidir. Çizgi film seçimi yapılırken çocukla birlikte karar verilmeli, karar aşamasında akıllı işaretlere dikkat edilmelidir. Genel olarak bütün çizgi filmlerin çocukların yaş ve gelişim özellikleri bakımından incelenerek yayınlanması sağlanmalıdır. Okul öncesi eğitimcileri ve aileler çizgi filmlerin çocuklar üzerindeki etkileri konusunda bilgilendirilmelidirler. Televizyon izlemeyi yasaklamak çözüm olarak görülmemelidir. Televizyon izlemeyi sınırlandırma hususunu önce ebeveynler, kendilerine prensip edinmelidir. Ebeveynler çocukları ile daha nitelikli vakit geçirmeye özen göstermelidir.

Çocuk için ebeveynlerinden sonra gelen ilk idolü öğretmenidir. Çocuk ve kitle iletişim araçları ilişkisinde ortaya çıkabilecek olumsuzluklara karşı çocuklarımızı korumak, olumlu etkilerinden yararlanmalarını sağlamak ve bu konuda gereken bilinci oluşturmak için öğretmenler de üzerine düşeni yapmalıdır. Öğretmenlerin çocuklara kitle iletişim araçlarını akıllı ve etkili bir biçimde kullanmayı öğretmeleri, kurguyla gerçeği ayırt etmelerine yardımcı olmaları gerekir. Medyanın bu konudaki en önemli görevi çocuğu zararlı yayın ve medya programlarına karşı korumaktır. Medya kuruluşları sadece tecimsel düşünmemeli, çocukların zihinsel ve fiziksel gelişimlerini olumsuz etkileyecek yayınları yapmamalıdır.

Son yıllarda ülkemizde çocukların zararlı yayınlara karşı korunması için bazı çalışmalar yapılmıştır. Ancak bunların yeterli olmadığı söylenebilir. Devlete düşen başlıca görev ve sorumluluk uluslararası ilkelere uygun yasal düzenlemeler yapmak ve uygulanabilirliğini sağlamaktır. Yazılı, yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren formatlardaki (televizyon, video, sinema, internet vb.) mesajlara ulaşma, bunları çözme, değerlendirme, eleştirme ve iletme yeteneği kazanabilmek şeklinde tanımlanan ve okul programlarına seçmeli ders olarak konan medya okur-yazarlığı dersi zorunlu hale getirilmelidir. Bu dersin okulda öğrencilere verilmesiyle yetinilmemeli, çeşitli kurslarla okul çağında olmayan kişilerin de derse katılmaları sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

Ağaç, S. & Harmankaya, H.(2009). “İlköğretim birinci kademe öğrencilerinin giysi tercihleri ve giysi satın alma davranışlarına etki eden faktörler”. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (22): 1-14.

- Akça, F. ve Koç Çilekçiler, N. (2019). “Okul öncesi dönemdeki çocukların en çok etkilendiği çizgi film karakterleri ve bu karakterlerle özdeşleşmelerinin yol açabileceği dijital tehlikeler”. *Addicta: The Turkish Journal on Addictions*, (6): 403–433. <http://dx.doi.org/10.15805/addicta.2019.6.2.0053>
- Akçalı, S. İ. (2007). *Medya ve Çocuk*, Ebabil Yayınları, İstanbul.
- Akdağ, Ç. T. (2017). “Tipeez.com Örneği Üzerinden Tüketim Kültürü, Toplumsal Cinsiyet ve Disneyleşme”. *Medya ve Çocuk*, TRT Akademi, 2(4): 524-543.
- Akyüz, E.(2013). “Çocuğun bilgi edinme ve zararlı yayınlara karşı korunma hakkı”. I.Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı-1. (s.115-132), (haz. Yavuzer,H.& M.R. Şirin). Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul.
- Altaç, Ü. (1994). *Türkiye’de Karikatür, Çizgi Roman ve Çizgi Film*, İletişim Yayınları, İstanbul.
- Aşçı, E. (2006). “Televizyondaki çizgi ve animasyon karakterlerin farklı yerleşim yerlerinde yaşayan çocukların tüketici davranışlarına olan etkisinin incelenmesi” .Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Ankara Üniversitesi SBE, Ankara.
- Atan,U.(1995). *Animasyonun Kültür Aktarımındaki Yeri,Yüksek Lisans Tezi*, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Avşar, Z.(2014) “Medya Okuryazarlığı”, İ&D –İletişim ve Diploması- Dergisi,T.C. Başbakanlık Basın-Yayın ve Enformasyon Genel Müdürlüğü, Ankara.
- Bonds, T. (2002). “The Effects of Violence on Mental Health”. http://www.headstartinfo.org/publications/hsbulletin73/hsb73_29 (Erişim Tarihi: 11.12.2015)
- Can, A. (1996). *Çocuk ve Çizgi Film*, Öz Eğitim Yayınları, Konya.
- Can, A. (1995). “Okul Öncesi Çocuklara Yönelik Televizyon Programları İçinde Çizgi Filmlerin Çocukların Gelişimine ve İletişimine Yönelik Etkileri”, Yayınlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Centerwal, B. S. (1992). “Television and Violence-The Scale of the Problem and Where to Go From Here”, *Special Communication-Jama*, (267):22: 3059-3060.
- Cesur, S.& Paker, O. (2007). “Televizyon ve çocuk: Çocukların TV programlarına ilişkin tercihleri”,*Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(19):106-125
- Christakis, D. A. & Zimmerman, F. J. (2007). “Violent television viewing during preschool is associated with antisocial behavior during school age”. *Pediatrics*, 120(5): 993-999.
- Connors-Burrow N.A, Mckelvey & LM, Fussell JJ.(2011). “Social outcomes associated with media viewing habits of low-income preschool children”. *Early Educ Dev.* (22):2: 256–273.
- Corrigan, C. (2010). “The impact of television effect on young children. Unpublished Doctoral Thesis”. Wright İnstitute Graduate School of Psychology
- Deniz, Ü.(2017). *Anne Çocuk Sağlığı ve İlk Yardım*, Nobel Akademi, Ankara.
- Erdoğan, S. & Baran, G. (2008). “A study of parents regarding television watching habits of their children in the four-six age group”. *The Social Sciences*, 3 (3): 245-248.
- Ertürk, Y. D.(2011). “Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı.” Çocuk Hakları ve Medya. Mustafa Ruhu Şirin (der.) Çocuk Vakfı, İstanbul.
- Fouts, G., Callan, M., Piasentin, K. & Lawson, A. (2006). “Demonizing in children’s television cartoons and disney animated films”. *Child Psychiatry Hum Dev*, (37):15-23.
- Giritli-İnceoğlu, Y.(2005). “İletişim Çalışmalarında Yeni Bir Alan: Medya Okuryazarlığı.” 1. Uluslararası Medya Okuryazarlığı Konferansı Bildiri Özetleri Kitapçığı. 23-25 Mayıs 2005. İstanbul.
- Giroux, H. A. (2007). *Eleştirel pedagoji ve neoliberalizm*. Kalkedon Yayınları, İstanbul.
- Görmez, E. (2018). “Medya Okuryazarlığı Dersinin Çizgi Filmlerde Yer Alan Subliminal Mesajları Çözme Becerisine Etkisi Üzerine Bir Çalışma”. *International Journal of Language Academy*, 6(4): 97.
- Güler, D.A. (1989). “Çocuk, Televizyon ve Çizgi Film”. A.Ö.F. İletişim Bilimleri Dergisi, sayı:2.
- Gümüş, Y. (2013). “Çocuk kültürünün parçası oyuncaklar: Çocuksu masumiyetten plastik”, . 8 Nisan 2018 tarihinde<http://www.academia.edu>, (Erişim Tarihi: 8 Nisan 2018).

- Hobbs, R.(2004). “Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma.” Melike Türkan Bağlı (çev.). Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi. 37 (1): 122-140.
- İnal, K. (2007). Çocuğun örselenen dünyası. Sobil Yayınları, Ankara.
- İnal, K. (2009). “Türkiye’de Çocukluk: Nereye!” .Çocuk ve Medya, 2.B.,(ss. 28-29).Selda İçin Akçalı (der.), Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- İşiker, F. (2011). Televizyon yayınlarında şiddet, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Uzmanlık tezi, Ankara.
- İşsever, M.S. (2008). “Çizgi Filmlerdeki Şiddetin İlkokul Öğrencileri İle İlişkisi”, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Beykent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Karatay G, Kesgin M. T.(2006). “Çocuk, televizyon ve şiddet”, Hacettepe Üniversitesi Araştırma Görevlileri Sempozyumu Bildiri Kitabı: 129-148.
- Kaya, A. (2012). Eğitim psikolojisi (7. basım). Pegem, Ankara.
- Keskinçilic, K. (2018). Eğitime Giriş, Pegem Akademi, Ankara.
- Kılıcı, Ş. (2009). “Tüketim toplumunun bir formu olarak çizgi filmlerde çocukluk ve toplumsal cinsiyet temsilleri: Barbie, Bratz ve Winx Club”, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Kurt, A.ve Kürüm, D. (2010) “Medya Okuryazarlığı ve Eleştirel Düşünme Arasındaki İlişki: Kavramsal Bir Bakış”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,Bahar Sayısı: 20- 34.
- Ledingham, J.E., Ledingham C.A.& Richardson J.E. (1993). “The Effects of Media Violence on Children. National Clearinghouse on Family Violence. Family Violence Prevention Division”, Health and Welfare, Canada.
- Luther, C.A. & Legg, J.B. (2010). “Gender differences in depictions of social and physical aggression in children’s television cartoons in the Us”. Journal of Children and Media. 4(2);191-205.
- Mahesh C.Guru, B. P., Nabi, A. & Raslana, R. (2013). “Role of television in child development”. Mass Communication Journalism, 3(3): 153.
- Michaud, Y. (1991), Şiddet. (Çev. C, Muhtaroglu), İletişim Yayınları, İstanbul.
- Öktem, F. (2003), Anne-babalar ve çocuklar, radyo ve televizyonlarda şiddet ve intihar haberleri,Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Yayını, Ankara.
- Önder, A. ve Dağal, B. A. (2006). “Okul Öncesi çocukların annelerinin ‘Benimle Oynar mısın? çocuk programını kalite kriterlerine göre değerlendirmesi”, II. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi: 171- 184.
- Özdemir, O., Özdemir, P. G., Kadak, M. T. & Nasıroğlu, S. (2012). “Kişilik gelişimi”. Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar, 4(4): 566-589
- Özen, Ö. ve Kartelli, F. (2017). “Türkiye’de Yayın Yapan Çocuk Kanallarında Yayınlanan Çizgi Filmlerdeki Şiddet Olgusunun Analizi”. Marmara İletişim Dergisi, (27):81-93
- Özonur, Defne Ç. & Özalpman, D. (2009).“Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Projesi Üzerine Bir Değerlendirme.” Marmara İletişim Dergisi. (15):195-212
- Özön, N.(1981). Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü, Türk Dil Kurumu Yayınları, Ankara.
- RTÜK (2006).Televizyon programlarındaki şiddet içeriğinin, müstehcenliğin ve mahremiyet ihlallerinin izleyicilerin ruh sağlığı üzerindeki etkileri, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Yayını,Ankara.
- Samaniego, C. M., & Pascal, A.C. (2007). “The teaching and learning of values through television” . Review of Education, 53: 2-5.
- Schmidt, J. M. (2011). Socio-Political Themes in The Smurfs.
- Serhatlıoğlu, B. (2006). “Televizyon programlarının okul öncesi eğitim kurumuna devam eden 5-6 yaş grubu çocuklarının zihin ve dil gelişimini etkileme biçimlerine yönelik öğretmen ve veli görüşlerinin belirlenmesi”, Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Soumya, A., Jeryda Gnanajane Eljo, J. O., & Anitha, R. (2014). “A study on parental perception towards children viewing cartoon”. International Journal of Scientific Research, 3(9): 466-467. <http://dx.doi.org/10.21839/jaar.2017.v2i1.48>

- Şener, T. (2007), *Çocukların Kültürel Etkinlikleri*, Sobil Yayınları, Ankara.
- Şentürk, M. & Turğut, M. (2011). “Televizyon programları, reklamlar ve çocuklar”. *Aile ve Toplum Dergisi*, (12):7: 63-88.
- Şirin, M. R. (1999). *Kuşatılmış çocukluğun öyküsü*, İz Yayınları: İstanbul.
- Şirin, M. R. (2011). “Çocuk Hakları ve Medya üzerine Bir Ön Bakış”, *Anne-baba, Öğretmen ve Medya Çalışanları İçin El Kitabı Çocuk Hakları ve Medya* (s. 11-23), Çocuk Vakfı yayınları, İstanbul.
- Torlak, Ö. (2001). *Pazarlama ahlakı*, Beta Yayınları, İstanbul.
- TÜİK,(2013). “06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı ve Medya” <http://www.tuik.gov.tr> adresinden alınmıştır. (Erişim Tarihi: 15 Haziran 2018)
- Türkmen, N.(2012), “Çizgi filmlerin Kültür Aktarımındaki Rolü ve Pepee”, *CÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, (36):140-148.
- Verlinden, M., Tiemeier, H., Hudziak, J. J., Jaddoe, V. W., Raat, H., Guxens, M.,& Jansen, P.W. (2012). “Television viewing and externalizing problems in preschool children: The generation study” . *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 166(10):919-925. Doi:10.1001/archpediatrics.2012.653
- Wilson, W. & Hunter, R. (1983). “Movie-inspired violence” . *Psychological Reports*, 53(2):435-441, <https://doi.org/10.2466/pr0.1983.53.2.435>
- Yağlı, A.(2013). “Çocuğun Eğitiminde ve Sosyal Gelişiminde Çizgi Filmlerin Rolü: Caillou ve Pepe Örneği”, *Journal of Turkish Studies*, 8(10):709
- Yavuzer, H. (1998). *Çocuk ve suç*, Remzi Kitabevi, İstanbul.
- Yıldız, C. (2016). “3-6 yaş çocuklarının tercih ettikleri çizgi filmlerdeki şiddet içeriklerinin analizi.” *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(2): 698-716.
- Yousaf, Z., Shehzad, M., & Hassan, S. A. (2015). “Effects of Cartoon Network on the behavior of school going children (A Case study of gujrat city)”. *International Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies (IRJIMS)*, 1(1): 73-179.
- Zimmerman, F. J. & Christakis, D. A. (2005). “Children's television viewing and cognitive outcomes: a longitudinal analysis of national data”. *Arch Pediatr Adolesc Med.*159(7): 619-25.
- http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/arastirmalar/ilkogretim_cagindaki_cocuklarin_tv_aliskanliklari.pdf
Erişim Tarihi: 13.11.2015
- <http://www.medyaokuryazarligi.org.tr/ogretmen.html>. Erişim Tarihi: 28.11.2014