

# ÇOCUK VE TELEVİZYON

## GİRİŞ

John Logie Baird (İskoçya) televizyonun mucidi olarak ün salmış olsa da, icadı olan mekanik televizyon 15 yılda demode olmuştu; bu nedenle birçokları, icat ettiği elektronik sistemden yola çıkarak Vladimir Zworykin'i televizyonun babası sayar (<http://www.patentmuzesi.com/patent/televizyon>, 2011). Televizyon 26 Ocak 1926 yılında John Baird tarafından icat edilmiştir. Baird öğretmenleri tarafından her zaman dalgın ve ağır kanlı bir çocuk olarak tanımlanmıştır. Sağlık durumu pek iyi olmadığından askere alınmamış ve Birinci Dünya Savaşı sırasında tüm vaktini icatlara ayırmıştır. Televizyona doğru giden ilk hamleleri de bu yıllarda yapmıştır. Aklına görüntü ve sesi elektronik olarak bir yerden başka bir yere aktarma fikri geldiğinde aldığı tepkiler, parasızlık ve zor şartlara rağmen yılmadan çalışan Baird birkaç dikiş iğnesi, birkaç şapka kutusu, büyükçe bir bisküvi tenekesi, bir bisiklet lambası ve biraz mühür mumu ile ilk televizyon modelini gerçekleştirmiştir. Bu model araştırmaları için ışık tutmuş ve yeni denemeler yaparak 1924 yılında 1924 yılında tarihin ilk televizyon patentini almıştır. Baird 26 Ocak 1926 yılında ilk resmi tanıtımını yapmış ve 1928 yılında ise ilk görüntüler Atlas Okyanusunun öbür yakasına, yani Londra'dan New York'a ulaşmıştır (<http://www.rtukcocuk.org.tr>, 2011).

Bu arada Vladimir Zworykin (Rusya-ABD) ve Philo T. Fransworth da (ABD), birbirlerinden bağımsız olarak, elektronik televizyon sistemleri üzerinde çalışıyorlardı. Patentini aldığı "görüntü çözümleyici"yi kullanarak elektronik televizyon gösterimini ilk yapan Fransworth oldu. Ancak, çağdaş anlamda televizyonun gelişmesini asıl sağlayan, Zworykin'in icat ettiği katodik ışın verici(1923)-alıcısı(1924) olacaktır. Patentini 1938'de aldı. Bu iki buluş, çağdaş televizyonun iki ana unsurunu oluşturur (<http://www.patentmuzesi.com/patent/televizyon>, 2011).

“Uzak görüntü” ya da “uzaktakini görme” anlamına gelen televizyonun icat edildiği yıllardaki görüntüsünün günümüz televizyonlarıyla uzaktan yakından ilgisi bulunmamaktadır (<http://www.rtukcocuk.org.tr>, 2011).

Ülkemizde ilk deneme yayınları 1953 yılında İstanbul Teknik Üniversitesi tarafından gerçekleştirilmiştir. 31 Ocak 1968’de Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Ankara Televizyonu ilk deneme yayınlarına başlamıştır. Özel televizyon yayıncılığı ise 1990 yılından itibaren başlamıştır. 3 Şubat 2006’da ise ülkemizde ilk kez karasal sayısal deneme yayını Ankara ve İstanbul’da başlatılmıştır (<http://www.patentmuzesi.com/patent/televizyon>, 2011).

Şimdilerde televizyonun bu gelişimine tanık olan pek çok anne ve baba çocuklarının televizyon başında geçirdikleri uzun saatlerden rahatsızdır. Bu rahatsızlığın sebebi kimi zaman çocuklarının derslerindeki başarısızlık, kimi zaman ebeveynlerin çocuklarının sağlığını koruma kaygısı ve kimi zaman da televizyonun onlara yanlış model olduğunu kanısındır. Kısa sayılabilecek bu süre içinde durmadan yeni özellikler kazanarak gelişmeye devam eden televizyon, etkileşimli özellikleri arttıkça insanları kendisine daha da bağlamıştır. Televizyon yurt dışında çok daha önceleri de vardı. O zamanlar aileler bu icadın oldukça faydalı olacağı ve çocuklarının gelişimi için de olumlu özellikler taşıdığını düşünmekteydi. Şimdi aileler bunun tam tersi yönde düşüncelere sahip olmakla beraber ilk zamanlardaki bu yargı yanlış da sayılmaz. Televizyon nispeten daha denetimli oluşu ile internetten, hızlilik ve akılda kalıcılığı sağlayan görselliği ile yazılı kaynaklardan daha kullanışlı olup, doğru kullanıldığında mükemmel bir icattır. Ayrıca diğer pek çok boş zaman değerlendirme aktivitelerine göre oldukça ucuzdur. Bu makalede çocukların televizyon izleme davranışları, televizyonda bulunan yararlı ve zararlı içerikler, bunların çocuklar üzerindeki etkileri, çocukların en fazla korunması için yapılabilecekler ve istatistiklerle araştırmalara yer verilmiştir.

**ANAHTAR KELİMELEER;** televizyon ve çocuk, televizyonun çocuklar üzerindeki zararları, televizyonu etkili ve doğru kullanma, televizyonun çocuklar üzerindeki etkileri, çocukları aşırı televizyon izleyen ailelere öneriler

## TELEVİZYON İÇERİKLERİ HAKKINDA

Türkiye'deki ilk özel kanalların 1990'lara doğru kurulması ile birlikte çeşitlilik de artmıştır. Televizyonun fayda ve zararlarını incelerken içeriklerine göre özel bir bakış açısına sahip olmak gereklidir; çünkü her bir içerik farklı özellikleri ile birlikte mevcuttur. Temel hatlarıyla beş tip içerik göz önündedir: filmler, diziler, televizyon programları, haber ve belgesel nitelikli yayınlar ve reklamlar. Bunları detaylandırmak mümkün olsa da bu kadarını incelemek benim araştırmam için kâfidir. Çocukların her bir programdan olan kazanımları ve bu programların onlar için zararları farklı olabilmektedir. Hepsinden önemli olan bir konu ise ne kadar yararlı bir program olursa olsun uzun sürelerce izlenen bir program belirli bir süre ardından zararlı hale gelebilmektedir. Bu programları ve etkilerini yüzeysel olarak sırasıyla ele alalım:

### FİLMLEER

Filmler çoğunlukla içinde yaşadığımız zaman diliminin beğenilerini yansıtan ve içerikleri bakımından aksiyon-macera, korku, gerilim, bilim-kurgu-fantastik, romantik, erotik, komedi, sanatsal, dram, tarihsel ve bunların bileşimlerinden meydana gelmektedir. Ayrıca gerçek görüntülerden ve kişilerden oluşabildiği gibi animasyonlu çizimlerden ve karakterlerden oluşabilir. Her bir film kendine has fayda ve zararlarla gelir.

Aksiyon-macera filmleri esas karakterlerinin çoğunlukla iyilik için savaşmaları bakımından olumlu örnek teşkil ederken dövüş sahneleri olumsuz özelliklere neden olur. İşin aslında

getirdiklerinden çok götürdükleri vardır. Çocuklar bu filmlerden sonra gördüğü sahneleri tekrarlamak isteyebilirler, bu yüzden zarar görebilirler ya da bir başkasına zarar verebilirler.

Korku filmleri keza aynı şekildedir. Herhangi bir çocuğun ya da insanın korku filmlerinden kazanabileceği fazla bir şey bulunmamaktadır. Çok fazla olumsuz özellikler içeren korku filmleri çocukların bazı işleri kendi başına yapabilmelerini engellediği için gelişimsel duraklama veya gerilemeye sebep olabilir. Herhangi bir korku filminin içerdiği korkutucu bir sahne bir çocukta yetişkinde oluşturduğundan çok daha fazla etkiye sebep olur. Çocuk kötü rüyalar görebilir, gece tek başına tuvalete gitmekten korktuğu için yatağını ıslatabilir, gece tek başına yatmaktan korkabilir, umutsuzluk ve çaresizlik duygularına kapılabilir, ölüm korkusu yaşayabilir, vb. Bu yüzden korku filmlerinden olabildiğince uzak durmak gerekir.

Gerilim filmleri içerdiği sahneler ile korku filmlerinin daha hafif şekilleri gibidir. Belki korku filmleri kadar korkunç sahneleri yoktur ama çocuklar heyecanın yavaş yavaş yükseldiği bu filmlerde bu gerilimin etkisi ile korkabilmektedirler. Bunun sonucunda çocuğun kalp atımları normalin çok üstüne çıkabilmekte ve ani oluşan uyaranlara aşırı tepkiler verebilmektedir. Ayrıca gerilim unsuru çoğunlukla yalnız başına kullanılmaz ve korku filmlerinin içine sıkıştırılır.

Bilim-kurgu-fantastik filmleri hayali veya gelecekte olabilecek olayları konu edinen filmlerdir. Bu filmler çocukların hayal gücünü geliştiren öğelere sahiptir. Bu onun olumlu bir özelliğidir. Ancak bazı bilim-kurgu filmleri icat ve teknolojidenden çok daha fazlasını içerir. Örneğin uzaylıları konu edinen bir bilim kurgu filmi aynı zamanda korku unsurları da içerir. Bu yüzden korku filmlerinin yarattığı etkiyi de yaratabilir. Ayrıca sürekli bir aksiyon unsuru da mevcuttur. Bu yüzden aksiyon filminin etkilerini de yaratabilirler. 2000li yıllarda çıkan bir filmi belirli bir kategoriye koymak oldukça zorlaşmıştır. Bir film aynı zamanda korku, gerilim, bilim-kurgu-fantastik ve aksiyon unsurları içerebilmektedir (Allien vs. Predatör filmi gibi...).

Romantik filmler duygusal öğeler içeren ve bunun yoğunluğu ile sınırları değişebilen filmlerdir. Bu filmler zaten çocukların dönemleri gereği merak ettiği karşı cins ile benzerlik ve farklılıklarına dair örnekler içerdikleri için dikkat çekici olabilmektedir. İçerdikleri öpüşme sahneleri

ve buna benzer sahneler ise çocuklar için olumsuz örnek oluşturabilir. Çocuklar gördükleri şeyleri tekrar etme eğilimindedirler. Bunu unutmamak gerekir.

Erotik filmler ise bir çocuğun asla izlememesi gereken filmlerdir. Çocuklar için hiçbir faydalı unsur içermez. Bu filmler yetişkinler içindir. Çocuklarda çok büyük olumsuz etkileri olabilir (çocuk yaşta annelik, genital bölge yaralanmaları vb.).

Komedi filmleri komedi aracı olarak kullandıkları malzemeleri ile farklılaşır. Genel olarak insanları güldürmek için iki farklı yola başvururlar: uygunsuz ve komik hareketler ile sözel espriler. Bu filmler çocuğun kendini iyi hissetmesini sağlar. Kaliteli bir komedi filmi çocuğun mizah anlayışını geliştirir. Ancak argo, küfür ve olumsuz hareketler içererek güldürme yoluna giden filmler (Amerikan Pastası, Recep İvedik, vb.) çocuklara olumsuz örnek teşkil eder. Çocuklar gördükleri hareketleri ve duydukları sözleri sadece komik olduğunu düşündüğü için tekrar edebilirler. Ancak bu tip filmlerin çocuklar için değil yetişkinler için olduğu unutulmamalıdır.

Sanatsal filmler çocukların anlayamayacağı filmlerdir çoğunlukla. Belirli bir felsefeyi anlatan bu durağan filmler çoğunlukla çocuğun dikkatini çekecek herhangi bir unsura sahip değildir. Ancak bu filmlerin çarpıcı olabilmek için kullandıkları üslup olumsuz ve aşırı olabilmektedir. Bu yüzden çocuklar bu filmleri izledikleri takdirde felsefeyi değil sahnelerde dikkatlerini çeken şeyleri alacaklardır sadece.

Dram filmleri acıklı olayları anlatan filmler olarak bilinmektedir. Normalin üstünde hüznü olay içerirler. Bir insanı anlatıyorsa bu film sanki tüm her şey o insana karşıymış gibi bir imaj yaratabilir. Çocuklarda çaresizlik ve büyük hüznü yaratabilir, çocuk kendini suçluluk duyguları hissederken bulabilir.

Tarih filmleri çoğunlukla savaş ve şiddet öğeleri içeren filmler olduğu gibi bazen önemli bir insanı veya tarihsel gelişmeyi de anlatabilir. Bu filmler çocuğun entelektüel bilgisini artırır. Ancak fazla şiddet unsuru içeren veya yanlışları anlatan bir tarihsel film olumsuz özellikler içerir. Bu yüzden bu filmler doğru seçilmelidir.

Tüm bu türleri içinde barındıran filmlerin ise en fazla neyi içerlerinde sakladıklarına bakmak gerekir. Korku unsuru daha fazla olan bir film korku filmi etkisini yaratırken tarihsel özelliği daha fazla olan bir film de ona ait sonuçları doğurur.

Tüm bunların ışığında çocuklara kendi istedikleri filmi izleme özgürlüğü vermemeye çalışmalıyız diyebiliriz. Çocukları korku, gerilim ve erotik filmlerden kesinlikle uzak tutmaya çalışmalıyız, diğer filmlerde de olabildiğince seçici olmalıyız.

## DİZİLER

Diziler televizyon kanallarının kendi kaynakları ile hazırlanıp yayınlanan, konusu uzun bir zaman dilimine yayılmış yayınlardır. Diziler de filmler gibi aksiyon-macera (polisiye), romantik, bilim-kurgu, vb. türlerde olabilirler ve filmler için geçerli olan durumlar diziler için de geçerlidir. Dizilerin filmlerden farkı ise heyecanın doruğa tırmandığı noktalarda son bulması ve insanların merakını kullanarak bağımlılık yaratmasıdır. Bir film, devam filmi çıkmadığı sürece etkisini yalnız bir kez gösterirken dizi uzun vadede ve çok defalar gösterir. Dizide çocuğu etkileyen davranış tekrarlandıkça çocuğun aklında daha fazla yer eder (Kurtlar Vadisi dizisindeki cinayet sahnelerinde olduğu gibi...).

## TELEVİZYON PROGRAMLARI

Televizyon programları çok çeşitli kapsamlara sahiptirler. Reality Show (gerçeklik gösterisi) olarak adlandırılan yayınlar, şaka programları, yarışma programları, çocuk programları, gündüz kuşaklarındaki kadın programları, magazin programları, yemek programları, evlenme programları ilk akla gelen programlar olma niteliğindedir. İçerikleri bakımından reality show ve yarışma programları gibi programların genelde aksiyon-macera ve gerilim türü öğeler içerdiği söylenebilir. Yarışma programları her türde olabilir, ortak yanları rekabet sebebiyle içerdikleri aksiyon-macera ve gerilim öğeleridir. Çocuk programları içeriklerine göre belgesel nitelikli, eğitsel veya komedi unsurları içeren yayınlar olabilirler. Şaka programları komedi türünün bir parçasıdır. Kadın

programları, evlenme programları ve magazin programları anlattıkları içerikler sebebiyle küçük yaştaki çocukların asla izlememesi gereken unsurlar içeriyor olabilirler. Bu konuda hassas olmak gerekir.

## **BELGESEL VE HABER NİTELİKLİ YAYINLAR**

Bu tür yayınlar çocuğun genel kültür seviyesi ve entelektüel bilgisi için oldukça faydalı programlardır. Çocuklar hiç bilmedikleri ve kendileri için faydalı olabilecek bilgileri bu yayınlar aracılığı ile öğrenebilir. Ancak şiddet ve cinsel içerikli belgeseller (hayvanların avlanması, liderlik kavgaları, üreme ve kur davranışları, 1. Dünya Savaşı vb. anlatan) çocuklara göre değildir. Çocuklar için özel olarak hazırlanmış belgeseller vardır. Bu belgesellerde daha çok hayvanların yaşama şekilleri, tabiatları anlatılır, tarihte yaşamış önemli insanlar ve şiddet içermeyen önemli olaylar anlatılır (telefonun icadı, vb.). Haber programları da bir belgesel türüdür. Bu yayınlar gündem ile ilgili bilgiler aktarırlar. Bazı haber programlarındaki aşırı şiddet içerikli içerikler çocukların izlememesi gereken öğelerdir. Bazı televizyon yayınları ise yanlış haberler verebilmektedir. Bu çocukların objektif bir bakış açısıyla olayları değerlendirmelerini engeller.

## **REKLAMLAR**

Bu yayınlar etkileri henüz tam çözülememiş ama hem kısa hem uzun vadeli geniş etkilerinin olduğu bilinen yayınlardır. Reklamlardaki yiyecekleri giyen, reklamlardaki gibi konuşan ve reklamlardaki gibi davranan çocuklar reklamların kısa vadeli etkilerinin tesirlerini yaşıyorlar. Ancak uzun vadede pek çok olumsuz sonuçlar da kapıda bekliyor. Reklamlarda gösterilen sağlıksız yiyecekler üç nesil önce Türk çocuklarının ortalama ağırlığına sahip olan Amerikan çocuklarını şimdi obeziteye sürüklemiş durumda (Arslan, 2006). Ya da bir çocuk asla giymediği Nike marka bir ayakkabıyı en kalitelisi olarak bilebiliyorlar. "Bilimsel deneyler, çocukların izledikleri reklamların etkisiyle düşüncelerine ters düşen şu davranışlara yönelebildiklerini göstermektedir:

- Seçimleri sırasında onlara anımsatılsa bile, anne-babalarının görüşlerini pek dikkate almayabiliyorlar.
- Seçimlerinde "hoşlanma ölçütü" belirleyici oluyor. Yani bildikleri beslenme kurallarını biraz unutmayı yeğliyorlar.
- Düşünce biçimleri yaratılan en son etkiyi öne çıkardığı için, diğerlerinde daha üstün bulmasalar bile, en son izledikleri reklamdaki ürünü seçiyorlar" (Karaca ve ark., akt., 2007).

"Reklamlardaki çocuklar, hiçbir sorumluluk duygusu taşımadan, sürekli bir renk, eğlence ortamı içinde yaşayan, mutluluğu şekerlemelerde bulan kişiler olarak gösterilmektedir. Bunlar, bir çikolata reklamında görüldüğü gibi, istediklerini kendileri hiçbir çaba sarf etmeden annelerinin elinden kolayca alırlar. Üstelik anne de çocuklarına olan sevgisini bir paket çikolata ile belgelemek imkânına sahiptir. Çocuklar pazarı konusunda yapılan bir araştırmaya göre çocukların 100'den fazla ürün kategorisinde satın alma kararlarında etkili olduğunu göstermektedir. Bu ürünlerin hepsi çocuk ürünü olmayıp anne ve babaların ürünleri de vardır" (Karaca ve ark., 2007).

"Yapılan çalışmalar, çocuklara yönelik reklamlar arasında gıda reklamlarının reklam kuşağına hâkim olduğunu ve reklamlarda özellikle beş gıda grubunun (alkolsüz içecekler, şekerle işlem görmüş tahıllar, şekerlemeler, aperatifler ve hızlı hazır yemek servisi yapan restoranların) yer aldığını göstermektedir" (Bosi ve Çaman, 2010).

"Ayrıca çocuk ve gençlere yönelik gıda reklamlarının çoğu, ebeveynlere ihtiyaç duyulmaksızın cep harçlığı ile alınabilecek gıdalardır. Reklamlarda hazır ya da yüksek kalorili gıdaları tüketen kişilerin vücut ağırlıklarının normal ya da zayıf olması, bu tür gıdaların sağlıklı olduğu gibi bir yanılgı oluşturmaktadır. Son yıllarda dizilerde ve filmlerde giderek artan gizli reklam uygulaması da özellikle çocuk ve gençleri olumsuz etkileyen gıda ürünlerini içerebilmektedir" (Bosi ve Çaman, 2010).



## GENEL YARAR VE ZARARLAR

Bushman ve Huesmann'ın (2006) laboratuvar ortamında ve boylamsal olarak yaptıkları araştırma televizyonun çocuklar üzerindeki etkilerinin düşündükleri gibi kısa dönemli değil çok daha uzun dönemli olduğunu göstermiştir. Yetişkinlerde ise etki kısa dönemli gibi görünmektedir. Bu yüzden televizyonun çocuklar üzerindeki etkisini tahmin etmek ya da takip etmek öyle kolay olmayacaktır. Hele ki yetişkin ebeveyn aynı içerikten daha hızlı etkilenip kurtulurken çocuk çok daha uzun süreler bu içerikten etkilenebilir ve aile bunu anlayamayabilir.

“Bazı eğitimsel programların özellikle yetersiz çevresel koşullarda yaşayan çocuklar için yararlı olabileceği düşünülmektedir. Burada yine bu programların belli bir pedagojik sansürden geçmiş olması gerekliliği söz konusudur. Bunun yanı sıra çocukların gerçek hayatta karşılaşma fırsatı bulamadıkları doğa ve çevre ile ilgili bazı görüntüleri örneğin belgesel programlar aracılığı ile izlemeleri okul bilgisinin görsel bir malzemeyle eşleştirilmesi anlamında kalıcılık sağlamaktadır.

Belgesel programlar hem çocukların ilgisini çekmekte hem de yeni bilgiler öğrenmek konusunda teşvik edici ve merak uyandırıcı olmaktadır. Çocuklar televizyonda izlediklerine dikkatle bakmakta ve yetişkinlerden daha fazla ayrıntıyı anımsamaktadır (kendilerine yönelik olmayan reklamlarda bile)” (Elden, 2004). Televizyonun çocuklara yönelik zararları da bu noktada başlamaktadır. Çocuklar öğrenmeye açık bir yaş dilimindedir ve kapasiteleri oldukça yüksek.

“Televizyonun çocukları şiddete yönlendirme etkisi üzerine çok araştırma yapılmıştır. Araştırmalar ayrı yaklaşımları ortaya koymuştur. Bu yaklaşımlar, bazı kuramlarla oluşturulmuştur. Bunlar; *uyarma kuramı*, *duyarsızlaştırma kuramı*, *kullanıma hazırlama kuramı* ve *toplumsal öğrenme kuramı*’dır. *Uyarma kuramının* satın alma ya da aldırma isteğinin uyarılmasına karşılık gelirken, *duyarsızlaştırma kuramının* çocuğu reklamlara karşı duyarsızlaştırdığı düşünülmez, bu da çocukların reklamlarda ne denli çok kullanıldığından anlaşılmaktadır. Ayrıca, çocuklara yönelik reklamların yanı sıra, büyükleri ilgilendiren reklamlarda da dolaylı ya da dolaysız çocukların

kullanıldıklarından anlaşılmaktadır. *Toplamsal öğrenme kuramı* yaklaşımının değerlendirilmesi çocukların öğrenmelerini doğrudan gözlem ve simgesel gözlem yoluyla iki türlü gerçekleştirir. Burada televizyon ve şiddet konusunda çocukların simgelerin ayrımını seçme yaşına ulaşmamış olmasına, kişiliğine bağlı olarak onlara uygun ürünün de ayırdına varamadıklarına çocuklara zararlı ürünleri ailelerine yaptıkları baskı sonucunda aldılmalarını ortaya koyarken, çocukların sağlığı ve ailenin ekonomik zorlama içerisine girdiğini ortaya koyar. *Kullanıma hazırlama kuramı* da reklamların sıklıkla yinelenmesi sonucunda ortaya çıkmasıdır. Çocuk izlediği reklamları öncelikle daha sonra kullanmak üzere depolar. Çocuğun belleğinde depolanan bilgiler ve simgeler sıklıkla yinelenildiğinde etkisi artar. Yinelenmeyen reklamlar kısa sürede çocuğun belleğinden silinir ve yerini başka bilgilere bırakır. Sözü edilen bu kavramlar tüm izleyici kitle üzerinde baskındır. Ancak, çocuklar üzerindeki etkinin çok daha kuvvetli olduğunu yapılan araştırmalar ortaya koyulmuştur” (Barokas, 2008).

“*Görmek inanmaktır* tümcesinden yola çıkarak görsellerin daha etkileyici ve inandırıcı olduğu söylenebilir. İnanmakla iknanın birbiriyle eşitliğinden yararlanarak görmek=inanmak=ikna önermesini yapabiliriz ve böylece de reklamlarla iknanın idrak edilmesi farklılığı ortaya çıkar ve gelişir. Çocuklar için yapılan araştırmalarda özellikle beş-altı yaşlarındaki çocukların %75’inin reklamlarda gördüklerine inandıkları saptanmıştır ve çocukların o yaşlarda zeka düzeylerinin ve bilişsel yeteneklerinin buna uygun oldukları da ileri sürülmektedir” (Barokas, 2008).

“Televizyon ciddi vakit kayıplarına yol açabilmektedir. Çoğu zaman da gündelik işlerde arka planda rolüne devam eden televizyon eşik altı değer etkisi yaratmaktadır. Yapılan bilimsel araştırmalarda, Türkiye’deki televizyon izlenme oranının günde ortalama 4-5 saat olduğu görülmektedir. Bir kişi yılın %19’unu televizyon izleyerek geçirmektedir. Kişinin yılın %33’ünü uyuyarak, %33’ünü çalışarak, %14’ünü de bu etkinliklerin dışında kalan etkinliklerle geçirdiği göz önüne alındığında bu oranın oldukça büyük olduğu ortaya çıkmaktadır. Çeşitli uluslararası araştırma ve istatistikler de benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Bu da tüm hayati aktivitelerden arta

kalan zamanın televizyon karşısında tüketilmesi anlamına gelmektedir” (Altun, 2005). Yine başka bir araştırmaya göre çocukların 3/1’inin odasında televizyon olduğu ve çocukların %85.3’ünün televizyon izlerken bir şeyler yiyip içtiği, %10.1’inin ödev yaptığı, %4’ünün kitap okuduğu bulunmuştur (Arnas, 2005).

“Televizyon çocuklara yönelik programlara yön verse bile daha çok yetişkinlere yönelik bir kitle iletişim aracı olduğundan, kontrol edilmediğinde çocuklar, daha çok yetişkinler için hazırlanmış ve zararlı etkileri olan programları izleyebilmektedir (Aktaş ve Aral, 1997). “07.02.2004-14.02.2004 tarihleri arasında, 5 farklı özel TV kanalında (Kanal D, ATV, Show TV, TGRT, Star TV), hafta içi 16.00-21.30, hafta sonu 09.00-21.30 saatleri arasında rastgele seçilmiş filmler araştırmacılar tarafından eğitilen çalışma ekibi tarafından izlenmiştir. İzlenen şiddet türü ve programın süresi araştırmacılar tarafından oluşturulan veri toplama formuna kaydedilmiştir. Seyredilen filmlerin ortalama süresi 5600 saniye ve şiddet oranı %33.1 (1851.3 sn) olarak bulunmuştur. En yüksek oranda fiziksel şiddet bulunmuş olup toplam sürenin %13.8’ini, toplam şiddet süresinin de %41.7’sini oluşturmuştur. Fiziksel şiddet türleri arasında en yüksek oranda yaralama saptanmış (311.7 sn), bunu vurma (259.6 sn) izlemiştir. Ruhsal şiddet ögesi olan endişe 3.5 dakika (205.7 sn) ile en yüksek oranda olup bunu 2.8 dakika (167.78 sn) ile korkutma izlemiştir. Sözel şiddet öğelerinden azar 5.6 dk (338.2sn) ile en yüksek oranda bulunmuştur. Araştırmasını TRT kanallarında yayınlanan film ve diziler üzerinde yapmış olan Büker (1988),19 bu oranı %11.5 olarak bildirmiştir. Bu durum, özel kanallardaki şiddet sahnelerinin daha denetimsiz olduğunu düşündürmektedir. Devlet TV’si olarak da bilinen TRT kanallarında maddi kazanç ön planda olmadığından halkın bilinçlenmesi yönünde üzerlerine düşen sorumlulukları daha özenle yerine getirdikleri söylenebilir” (Ayrancı ve ark, 2004).

“Bir televizyon programında kamera açısı, kişi ve hareketler üç saniyede bir değişmektedir. İzleyicilerin algıladıklarını seçme, ayıklama ve değerlendirme için zamanı yoktur. İzleyicinin dikkatini toplayabilmek için görsel imajlar ve çarpıcı sesler devamlı değiştirilerek verilir.

Televizyon izlemenin hareket gerektirmeyen pasif bir etkinlik olması nedeniyle, konsantre güçlüğünün oluşmasına neden olduğu anlaşılmıştır” (Aksaçlıoğlu ve Yılmaz, akt., 2007).

Televizyon, çocukların duyarsızlaşmasına, şiddet içeren saldırgan davranışlarda bulunmalarına, konsantrasyon sorunları yaşamalarına, sağlıksız beslenme alışkanlıkları edinmelerine, dünya ile ilgili gerçek dışı düşüncelere sahip olmalarına, bilinçsiz bir tüketici olmalarına, yanlış kişilerle özdeşim kurmalarına, hayal güçlerinin, okuma ve yazma becerilerinin zayıflamasına neden olabilir. Popüler kültürün oluşmasını sağlayan televizyon insanların boş zamanlarını doldurarak yaratıcı, sosyal ve kültürel etkinliklere zaman ayırmalarına meydan vermeyebilir. Televizyon kitap okuma gibi beceri geliştirici ve yaratıcı etkinliklerin yerini alabilmektedir (Aksaçlıoğlu ve Yılmaz, akt., 2007). Cox ve arkadaşlarının (2004) bir araştırma kapsamında inceledikleri 10 Disney filminde 23 karakter ölmüştür. Bu 23 karakterin %52’si yani 12 tanesi asıl kahraman %48’i yani 11 tanesi de düşman taraftır. İyi kahramanların çoğunluğu açık bir şekilde düşmanları tarafından öldürülürken düşman tarafın çoğu belirsiz ve dolaylı yollarla ölmüştür. Ölümünün 17’si geri çevrilemez ölüm türündeyken 6 tanesi geri çevrilebilen, çarelerin tükenmediği bir türdür ve tüm geri çevrilebilen ölümler iyi taraf kahramanlarına aittir. Çocuklar iyi kahramanların ölmesine her zaman üzölmüşlerdir ancak düşman tarafın ölmesine çoğunlukla üzölmemişlerdir. Ancak kötü karakter öldüğü için bir sevinç de söz konusu değildir. Burada söz konusu olan sevilmeyen karakterlerin ölümüne duyarsızlaşmadır. Gerçek hayatta da sevilmeyen kişilerin ölümüne duyarsızlığa kadar gidebilecek bir durum ve deneyim...

Televizyon çocukların derslerini ihmal etmesine neden olmaktadır (Arslan, 2006).

Televizyon çocuğun sosyal gelişimini olumsuz yönde etkilemektedir (Arslan, 2006). “Çocuklar için televizyon, tek yönlü bir sosyalleştirme aracıdır. Çünkü çocuklar televizyon izlerken soru sormamakta, açıklama isteyememekte ve itiraz edememektedir. Televizyonun birçok olumlu yönlerinin yanı sıra, iyi değerlendirilmediği takdirde pek çok olumsuz sonuçları da vardır. Televizyon çocukların zihinsel ve dil gelişimine olumlu katkılar sağladığı gibi, ekranda gördüğü şeyleri düşünüp yorumlamasına dolayısıyla sosyalleşme sürecine yardımcı olmaktadır. Bunun yanı sıra aşırı televizyon izlemek çocukları bağımlı hale getirmekte ve bunun sonucunda çocuklarda

davranış bozuklukları ortaya çıkmaktadır. Çocuklar, kendilerini ifade etmekte sıkıntı yaşamakta ve yaratıcılığın yerini taklit almaktadır. Ayrıca çocukların televizyon izlemeye ayırdıkları zaman arttıkça, oyun için ayrılan zaman düşmekte, yaratıcılık azalmakta, pasifleşmekte ve öğrenmeye istek düşmektedir. Çocukların aşırı bir biçimde televizyon izlemesi, onları kitap okumaktan, sinema ve tiyatroya gitmekten, hatta oyun oynamaktan yoksun bırakmaktadır. Televizyon çocukların akran gruplarıyla ilişkilerini zayıflatmakta, içe kapalı birer insan haline gelmelerine yol açmaktadır. Böylece çocukların yaşamı televizyon programlarıyla düzenlenir hale gelmektedir. Çocuklar, televizyonda izledikleri programların etkisiyle hayal ürünü olan bazı olayları normal hayatta uygulamaya çalışmaktadır. Televizyon izleme derecelerine bağlı olarak, çocukların normal davranışlarında değişiklikler meydana gelmektedir. Bundan dolayı çocukları televizyonun zararlı etkisinden korumak için önce anne ve babaya, sonra sosyalleşme sürecinde çocukların davranış biçimlerinin şekillenmesini sağlayan öğretmenlere büyük görev düşmektedir” (Kaya ve Tuna, 2008).

“Çocuğun psikolojik gelişimini de olumsuz yönde etkilemektedir. Çocuğun arkadaş ve oyun gruplarında yeterince bulunamayışı, ancak bu ortamlarda öğrenilebilen paylaşma, dostluk, yakın ilişkilere girme, güven duyma gibi çocukların sağlıklı bir kişilik geliştirebilmesi için hayati önem taşıyan duyguların, onlar tarafından yeterince tanınıp, gerektiğince tadılmasını engellemektedir.

Ekranlarda çok sıklıkla sergilenen ve çoğunlukla da gerçeklerden kopuk kavga, şiddet, kan, gözyaşı sahneleri çocuklarda saldırgan ve geçimsiz bir kişiliğin gelişmesine yol açmaktadır” (Arslan, 2006).

Bilinçsizce ve rast gele seçilmiş yanlış modeller, çocukların kişilik gelişimlerinin sağlıklı olmayan temeller üzerinde şekillenmesine yol açabilmektedir (Arslan, 2006). Alisinaoğlu ve Dinç’in (2010) ergenlerin ideal görünüşleri ile ilgili yaptıkları araştırmada erkekler çoğunlukla ideal vücut yapılarını uzun, kaslı ve yapılı olarak nitelendirirken kızlar da sıfır beden veya 90-60-90 olarak nitelendirmiştir. Öğrencilerden bir kaçı saç ve göz renginden bahsederken bir kısmı da kendi vücudunu ideal olarak nitelendirmiş veya idealim yok demiştir. Araştırmada kızlar erkeklere göre vücutlarından daha memnuniyetsiz bulunmuştur. Bunun sebebi olarak medyada aşırı derecede yer bulan mankenler, şarkıcılar ve oyuncuların vücutlarının da bu şekilde olması gösterilebilir.

Çocuğun fizyolojik gelişimini olumsuz olarak etkilemektedir (Arslan, 2006). Genel olarak göz uzmanları, *çocuklara televizyonu, televizyon alıcısının tek ışık kaynağı olmadığı bir odada*, ekrana iki metreden daha yakın olmadan ve gözlerin ekranın yukarısında (İngiltere'de göz uzmanları: "ekranın göz hizasında veya biraz aşağıda," Polonya'da; "ekranın göz hizasında veya az yukarda") olmasını önermektedirler (Hızal, çev., bt.). Ayrıca sevdiği programları izlemek için uykusuz kalabilen çocuklar yine gözleri başta olmak üzere tüm vücutlarına zarar verebilmektedirler.

Televizyon reklamları, özellikle çocukların tüketim eğilimlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Televizyon reklamlarının cazibesi, çocukların çikolata-şekerleme cinsi yiyeceklere karşı olan ilgisini ve bunları tüketme isteğini daha da arttırmaktadır. Baş döndürücü görüntü ve ses efektleri ile reklamları yapılan böylesi yiyeceklerin, çocukların sağlıklı ve dengeli beslenmeleri bakımından pek fazla değerli olduğu söylenemez (Arslan, 2006). "Çocuklar 14 dakikalık reklam arasında fazladan 8.8 gram almaktadırlar. Televizyon izlerlerken günde ekstradan 94 kalori alan çocuklar bir yılda 5 kilo fazladan kazanırlar." (Bargh et al., 2009). Bu bilgiler ışığında böyle devam eden bir çocuk 10 yıl sonrasında en iyi ihtimalle fazladan 50 kilo kazanmış olurlar. Bargh ve arkadaşlarının bulgularına (2009) göre çocukların reklamlar sebebiyle yiyecek yemeleri açlık duygusundan bağımsız bir hale gelir ve televizyon karşısında yemek yeme davranışı çok yaygındır.

Televizyonun çocukların cinsel gelişimi üzerindeki olumsuz etkileri:

Televizyon çocukların sosyal, psikolojik ve biyolojik gelişimlerinin yanı sıra cinsel gelişimlerini de olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Televizyon ekranlarında sergilenen aşırı ölçüde açık saçık sahneler, pornografik görüntüler ve erotik filmler, çocuklardaki cinsel dürtülerin normalden önce uyarılmasına ve onların çevrelerine karşı erken cinsel ilgi duymalarına yol açmaktadır. Bütün bunlar ise çocukların buluş çağına, olması gerekenden çok daha önce girmesine neden olmaktadır. Belli ölçülerde kısılmış olsa da, cinselliğin halen toplumumuzda bir tabu durumunda olduğu gerçeği hatırlandığında; bir yandan erken uyarılmış olan doğal cinsel dürtülerin baskısı altında kalan çocuk, öte yandan da toplumun değer ve normlarının engellemesi ile karşılaştığında

şaşkınlığa uğrayacaktır. Böylesi bir ikileme karşı karşıya kalan çocuğun içine düşeceği psikolojik çatışma halini tahmin etmek zor olmasa gerek. Bunlara, ülkemizde çocuklara ve gençlere yönelik olarak yeterli düzeyde ve sağlıklı bir şekilde cinsel bilgilendirmenin olmadığı gerçeği de eklendiğinde, durum daha bir içinden çıkılmaz hale dönüşmektedir (Arslan, 2006).

Televizyon izlemenin fiziksel ve sözel saldırganlığa yol açtığı da ispatlanmış bir gerçektir. Fiziksel saldırganlık, bir nesne aracılığı (sopa, taş, silah vb.) ya da bir nesne olmaksızın (tokat atmak, itmek, ısırma, yumruk atmak, tekme atmak vb.) diğer bir kişiye veya kişilere güç kullanılmasıdır. Hamlett, bu tanımı genişletmiştir. Ona göre fiziksel saldırganlık, diğer bireye vurma, tekmeleme, ısırma gibi fiziksel zarar vermeye ya da zarar verme tehdidiyle sonuçlanan düşmanca ve araçsal formlar biçiminde sergilenir. Tahribatta inatçılık veya mala zarar verme saldırganlığın bir kategorisi olarak sınıflandırılmaktadır. Sözel saldırganlık; aşağılama gibi negatif duyguları da içeren psikolojik acı vermek için ötekinin benlik algısına yapılmış saldırı olarak tanımlanmaktadır. Aşağılama, bağırma ve tartışma, tehdit, alay etme ve lakap takma sözel saldırganlığın örnekleri olarak görülür. Sözel saldırganlık, fiziksel saldırganlığın habercisi olarak nitelendirilir. İlişkisel saldırganlık, ilişkileri kasıtlı olarak manipüle etmek ve akranlarının sosyal ilişkilerine zarar vermek olarak tanımlanmaktadır (Ülken, akt., 2011).

Televizyon aile içi ilişkileri de olumsuz yönde etkilemektedir. Sadece televizyon yüzünden bile aile içi çatışmalar çıkabilmektedir. Televizyondaki bazı yayınlar aile ilişkileri konusunda çocuklara yanlış bilgiler verip kötü örnek olmaktadır. Televizyonu ulusal kültür üzerindeki olumsuz etkileri de araştırmacıların inceleme alanına girmiştir. Özellikle yabancı film ve diziler ulusal kültüre uymayan veya taban tabana zıt içeriklere sahip olabilirler. Filmin konusu çocuğun ait olduğu milleti aşağılıyor olabilir (Arslan, 2006).

**"Televizyon sadece çocuklara değil onlar aracılığıyla ebeveynlerini de hedef alırlar.**

**Reklamlar yetişkinlere ulaşmak için bir köprü konumundadır:** Çocuk, yetişkinlere yönelik tüketimleri daha sevimli kılabilen bir varlıktır ve yetişkinlere ulaşmak için bir köprü olarak görülmektedir. Arko Nem Krem reklamında genelde yetişkinlerin kullandığı bu ürünün sağladığı yumuşaklık bir ufak çocuğun teninin yumuşaklığı ile özdeşleştirilirken aynı zamanda reklamın sonunda gösterilen küçük kız ürünü sevimli kılacak bir öge olarak da kullanılmaktadır. Danone Yoğurt reklamında katıksız, doğal yoğurt ana fikri annelerin en değer verdikleri ve sağlıklarını en önce düşündükleri çocuklarla verilerek ürünün yetişkinlerce tercihi sağlanmaya çalışılmaktadır.

**Yetişkinlerin çocuklara yönelik harcamalarında belirleyici yapıdadır:** Çocuk, yetişkinlerin çocuklara yönelik tüketimlerini de yönlendirebilen bir varlıktır ve sonuçta yetişkin harcamalarının çocuk merkezli olmasına neden olmaktadır. Dalin reklamındaki küçük civcivler ya da J&J Bebek Şampuanı reklamındaki sevimli bebekler bu banyoda kim yıkanmaz diyerek ilk önce çocukları etkilemekte ve anne babaların çocukların istekleri yönünde satın alımlar gerçekleştirmelerine neden olmaktadır.

**Kendilerine yönelik tüketimlerde; tüketim biçimlerini ve marka tercihlerini belirleyebilen ekonomik bir varlıktır:** Çocuk, kendisine yönelik tüketimleri yönlendiren ve marka tercihinde bulunabilen bir konumdadır. Çocukların kendi başlarına satın alabilecekleri ürünlerin reklamlarında (örneğin; Pınar Kido Meyveli Süt reklamı, Süttaş Yoğurt Reklamları, Garanti MiniBank Reklamı vb.) kullanılan ve çocukların ilgilerini çeken çizgi karakterler, animasyonlar onların kendilerine yönelik tüketimlere yön veren ve marka tercihlerini etkileyen sunumlar olarak değerlendirilebilir" (Elden, 2004).



Boston Çocuk Hastanesi, Çocuk ve Medya Merkezi'nin Kaiser Aile Kuruluşu için yaptığı araştırma (2005), 1960'lı yıllardan günümüze dek televizyonun 0-6 yaş arası çocuklar üzerindeki etkilerini incelemiştir. Merkez, yıllara ait kaynakları incelemiş ve her on yıla damgasını vuran araştırmalardan çıkardıkları önemli bilgilere ve sonuçlara özel bulgular başlığı altında yer vermişlerdir:

### **1960'lar:**

- 4-6 yaş arası çocuklara agresif ve agresif olmayan içerikleri olan beş dakikalık filmler izletiliyor ve ardından top ve bebeklerle oynamalarına izin veriliyor. Tahmin edileceği üzere agresif içerikli filmler izleyen çocuklar bebeğe şiddet uyguluyor (Lovaas, 1961).
- Bir başka araştırmada 3-5 yaş arası çocuklar iki gruba ayrılıyor ve gruplardan birine model olarak çizgi film karakteri gibi giyinen bir kişinin filme alınmış fiziksel ve sözel şiddet içerikli (oyuncaklara vurma, kötü konuşma vb.) kaydı izletilirken diğer gruba hiçbir şey izletilmiyor. Film izletilen grup serbest oyunları esnasında inceleniyor ve diğer gruba göre daha fazla şiddete başvurdukları tespit ediliyor. Ancak kayda alınan kişi şiddet davranışı sonrasında cezalandırılırsa çocukların bunu taklit etmedikleri görülüyor. Tam tersi olarak ödüllendirildiği durumda çocukların bunu taklit etme davranışları artıyor (Bandura, Ross & Ross, 1963).
- 5-9 yaş arası çocuklarla yapılan bir araştırmada agresif bir modeli izleyen çocukların beraberlerindeki deneycinin yorumlarından etkilendiği bulunmuştur. Bu modele deneycinin olumsuz tepki verdiği durumdaki çocuklar olumlu tepki verilen gruptaki çocuklara göre modelin davranışlarından daha fazla kaçınmışlardır (Hicks, 1968).

### **1970'ler:**

#### **Medyadaki Şiddet**

- 3-5 yaş arası çocuklara Süperman ve Batman ile Bay Rogers'ın Komşuluğu filmleri izletiliyor. Süperman ve Batman izleyen çocuklar Bay Rogers'ın Komşuluğu filmini

izleyen çocuklara göre daha agresif ve işbirliğine yaklaşmayan davranışlar sergilediği tespit ediliyor (Friedrich & Stein, 1973).

- Okul öncesi çocuklara 3.5 dakikalık bir film gösterilmiştir. Filmde palyaço ile agresif davranışlar sergileyen çocuklar gösterilmiştir. Bu filmi izleyen çocuklar izlemeyenlere göre bir palyaçoyla birlikte olduklarında daha agresif davranışlar sergilemişlerdir. Ayrıca oyunlarda grup olduklarında yalnız olanlara göre agresif davranışlara daha fazla başvurmuşlardır (Drebman & Thomas, 1977).
- 5 yaşındaki çocukların filmlerdeki modelin agresif davranışları sergilerken deneycinin modelin agresif davranışı hakkındaki yorumlarını dikkate almadığı bulunmuştur. 10 yaşındaki çocukların ise deneycinin bu agresif davranış hakkındaki olumlu yorumları ile bu davranışı sergileme eğiliminde olduğu; olumsuz yorumları karşısında ise kaçındığı tespit edilmiştir (Grusec, 1973).
- 5-12 yaş arası çocuklarla yapılan bir araştırmada haftada 4 saatten daha az televizyon izleyen bir çocuğun haftada 25 saat televizyon izleyen bir çocuğa göre daha fazla uyarıldığı (galvanik deri iletkenliği ve kan dolaşım hızına bakılarak) tespit edilmiştir (Cline, Croft & Courier, 1973).
- Anaokulu ve ortaokul öğrencileri arasında yapılan araştırmada çocuklara aksiyon filmi izletilmiş ve anaokulu çocukları ile okula yeni başlamış çocuklardan sadece %3'ü filmin amacı veya sonucuna dikkat edebilmiş veya anlayabilmiştir. Anaokulu öğrencilerinin %67'si onlara film sorulduğunda sadece agresif içerikleri saymışlardır (Collins, Berndt & Hess, 1974).

### **Okul Başarısı**

- Üç, dört ve baş yaşlarında televizyon izleyen çocuklar akranlarına göre okulda daha başarısız ve daha asosyal bulmuştur (Burton, Calonico & McSeveney, 1979).

### **Prososyal Medya**

- Bay Rogers'ın Komşuluğu filmini izleyen çocukların diğerlerine göre daha yaratıcı ve sorun çözücü olduğu bulunmuştur (Friedrich-Cofer, Huston-Stein, Kipnis, Susman & Clewett, 1979).

### **Dikkat ve Kavrayış**

- 1-4 yaş arası çocukların televizyona dikkatlerini araştıran bir çalışmada 4 yaşındakilerin 1 yaşındakilere göre Susam Sokağı'na daha fazla dikkat ettiği görülmüştür. Bunun sebebinin kuklalar, tuhaf sesleri ve müzikler olarak düşünülmüştür (Anderson & Levin, 1976).
- 5 yaşındakilerle yapılan bir araştırmada Susam Sokağı'nı oyuncak (kukla) sunumu ile izleyenlerin kukla kısımları çıkartılarak izlettirilene göre iki kat daha fazla dikkat ettikleri bulunmuştur (Lorch, Anderson & Levin, 1979).
- Susam Sokağı'nın hızlandırılmış versiyonunu izleyen okul öncesi çocuklar ile normal versiyonunu izleyen çocuklar izledikten hemen sonrasında, hiperaktivite, dikkat ve dürtüsellik açısından farklılaşmamıştır (Anderson, 1977).
- 6 aylık bebeklere laboratuvar ortamında televizyon izletilmiştir ve bebeklerin sadece resimlere kıyasla ses ile görüntünün birlikte olduğu koşula daha fazla dikkat ettiği bulunmuştur (Hollenbeck & Slaby, 1979).

### **Reklama Verilen Tepki**

- 4 ve 5 yaşlarındaki çocukların %70'i programın başında veya sonunda gösterilen oyuncak reklamındaki oyuncaklarla oynamayı arkadaşlarıyla kum havuzunda oynamaya tercih ettiklerini söylemişlerdir. Aynı programın reklamsız versiyonunu izleyen çocukların ise ancak %36'sı arkadaşlarıyla kum havuzunda oynamak yerine oyuncaklarla oynamak istemiştir (Goldberg & Gorn, 1978).
- Haftada 3 ila 11 (avaraj 4-7) saat televizyon izleyen çocuklar süpermarketlerde ailelerinden daha fazla şey istemişlerdir (Galst & White, 1976).

## 1980'ler:

### Algı ve İdrak

- 2, 3.5, ve 5 yaşlarındaki çocuklarla Susam Sokağı üzerinden yapılan deney sonucu çocukların anlamadıkları içeriklere daha az dikkat ettikleri bulunmuştur. Anlamayacakları içerik olarak yabancı dil, tersten konuşma veya karışık sahneler gibi değişkenler kullanılmıştır (Anderson, Lorch, Smith, Bradford & Levin, 1981).
- 3-7 yaş arası çocuklar üzerinde yapılan bir araştırmada filmlere eklenen efektlerde (kesme, taşıma, yaklaştırma, vb.) algıyı zorlaştıran hiçbir etkeninin olmadığı, tam tersi dikkati arttırdığı tespit edilmiştir. Film sonrası, çocuklar stop motion tekniği ile yapılan bir filmi oyuncak bebeklerle canlandırabilmiştir (Smith, Anderson & Fischer, 1985).
- Yapılan başka bir araştırmada televizyon izleme sürekliliği bulunmak istenmiştir. Araştırma sonucu ise ilginç bir şekilde televizyonu zilemey başlayan bir çocuğun izlemeye devam ettiğini göstermektedir. Televizyona ne kadar uzun süre bakarsa etrafa olan ilgisi o denli düşmektedir (Anderson, Choi, & Lorch, 1987).
- Bu dikkat ve izleme süresi çocuk ilkokula başlayana dek %70 kata kadar kadar artabiliyor ve sonra yavaş yavaş düşüyor (Anderson, Lorch, Field, Collins, & Nathan, 1986).
- Eğitsel program izleme davranışında ailenin tutumu da önemli rol oynamaktadır. Annelik davranışı, okula hazır yaşta bulunma ve kendinden büyük bir kardeşe sahip olmak (3 yaşındakiler için) Susam Sokağı programını izlemesini azaltan atkenler olurken kendinden küçük bir kardeşe sahip olmak (5 yaşındakiler için) bu programları daha fazla izlemeyi kolaylaştırmaktadır (Pinon, Huston & Wright 1989).

- Prososyal bir çizgi film sonrası 3 ve 4. sınıftaki çocuklar konuyu anlatabilirken kreş yaşındaki çocuklar sadece müzik, ses efekti gibi sesle ilgili şeylere dikkat etmişlerdir (Calvert, Huston, Watkins & Wright, 1982).
- Okul öncesi çocukların aksiyon ve şiddet içerikli bir filmin ardından oyun tiplerinin araştırıldığı deneyde az miktarda şiddet ve aksiyon içeren bir film izleyen çocuklar filmin ardından hayal gücüne dayalı oyunlar oynuyorlar ancak aşırı şiddet ve aksiyon içerikli film izleyen çocuklar filmin ardından sadece şiddet içerikli oyunlar oynamaktadırlar (Huston-Stein, Fox, Greer, Watkins & Whitaker, 1981).
- 3-5 yaşındakiler televizyondan roman sözcükleri öğrenebilirler ve 5 yaşındakiler 3 yaşındakilerden daha fazla öğrenir (Rice & Woodsmall, 1988).

### **TV İzleme ve Öfke**

- Okul çağında davranış problemleri olan çocuklar olmayanlara göre daha fazla televizyon izlemektedir ve izledikleri programlarda daha fazla şiddet içerikleri bulunmaktadır (Singer & Singer, 1980).

### **Korku İçerikleri ve Tepki**

- Ailelerle yapılan bir araştırmaya göre küçük çocuklar (3-5) korkunç sahnelerden (hayali şeyler, yaratık, sihir, vb.) etkilenebilmektedirler. Daha büyük yaşlardaki çocuklar ise korku filmlerindeki gerçeğe daha yakın, gerçekleşme ihtimali olan şeylerden korkmaktadırlar (Cantor & Sparks, 1984).
- Daha büyük çocuklarla kıyaslandığında okul öncesi çocuklarda "Kendine bunun gerçek olmadığını söyle" gibi bilişsel başa çıkma stratejilerinin faydasız olduğu onun yerine bir battaniyeye sarılmak gibi bilişsel olmayan stratejilerin daha etkili olduğu bulunmuştur (Wilson, Hoffner, & Cantor, 1987).

### **Reklama Verilen Tepki**

- Şeker ilavesiz ve vitamin takviyeli mısır gevreği reklamlarını izleyen çocukların sağlıksız şeker takviyeli mısır gevreği reklamlarını izleyen çocuklara oranla şekerli mısır gevreklerini daha az istediği bulunmuştur. Bunun tam tersi olarak da bu tip reklamları izleyen çocuklar ailelerinin olumsuz bakış yorumlarına rağmen bunları istemektedirler ve aileleri şekersiz olana olumlu yorumda bulunmadıkça şekersiz gevrek istememektedirler (Galst, 1980).
- Göze çarpan reklam içerikleri (şiddet, hızlı değişen sahneler, çabuk biten filmler) izleyen çocuklar izlemeyenlere oranla daha öfkeli davranmışlardır (Greer, Potts, Wright, & Huston, 1982).
- Genellikle "Dengeli kahvaltının bir parçası" sloganını kullanan kahvaltılık gevreklerin küçük çocuklarca "Tek başına kahvaltı için yeterli" şeklinde anlaşıldığı bulunmuştur (Palmer & McDowell, 1981).
- 3-5 yaş arası çocukların %91'i reklamın tanıtım amaçlı yapıldığını bilmektedirler ancak izledikleri programın bir parçası olmadığını bilen çocuk sayısı sadece %31'dir (Kunkel, 1988).

### **Bebeklerin Medyaya Tepkisi**

- 14-24 aylık bebekler televizyonda yetişkinlerin oyuncaklarla oynama şeklini 24 saat sonra taklit edebilmektedirler (Meltzoff, 1988).

### **Medya Etkilerini Önleme**

- Televizyon izlemeleri kısıtlandırılmış olan çocuklar kısıtlama getirilmeyenlere göre IQ testinin Benzerlik Testi bölümünde daha başarılı sonuçlar elde etmiştir (Gadberry, 1980).

## 1990'lar:

### Dikkat ve İdrak

- 40 tane 5 yaşındaki çocuk üzerinde yapılan bir araştırmada Susam Sokağı programının arasına belirli aralıklarla cızırtılar konulmuştur. Deney sonucunda çocukların anlamadıkları idrak edilemeyen içeriğe (yabancı dil, saçma sözler) anladıklarına oranla daha az dikkat ettikleri bulunmuştur (Lorch & Castle, 1997).
- 2,5,8 ve 12 yaşlarında 50 çocuğun benzerlikleri ve televizyona bakışları zaman aralıklı fotoğraf çekme yoluyla test edilmiştir. Sonuçlara göre çocuklar değişen sahnelere, hareketlere ve karakterlerin amaçlı davranışlarına daha fazla dikkat etmişlerdir (Schmitt, Anderson & Collins, 1999).
- Çocukların televizyonu anlamaları onunla ilgilenmelerine bağlanmıştır ve televizyonla en fazla ilgilenildiği durum hem ses hem de görüntünün aynı anda sunulduğu durumdur (Lorch & Castle, 1997; Rolandelli, Wright, Huston & Eakins, 1991).
- Çocuğun televizyon kullanımı ile diğer aktiviteler arasındaki ilişkinin araştırıldığı bir araştırmada eğlence programlarının çocukların daha az eğitsel faaliyetler yapmasına ve daha az sosyal etkileşime girmesine sebep olduğu bulunmuştur. Eğitsel programlarla bu aktiviteler arasında olumlu ya da olumsuz herhangi bir ilişki bulunmamıştır (Huston, Wright, Marquis & Green, 1999).

### Televizyon ve Gerçeklik

- 2 ve 1.5 yaşındaki çocuklara deneyci televizyon aracılığıyla buldukları odaya sakladıkları bir oyuncak videosu göstermişlerdir ve çocukların bulmasını istemiştir. Çocuklar bulmaya çalışırken hata yapmıştır ve zorlanmıştır. Bu araştırma bu çocukların televizyondan pratik bilgiler öğrenemeyeceğini göstermiştir (Troseth & DeLoache, 1998).

- 12, 15, 18 aylık 108 çocukla yapılan bir araştırmada çocuklar iki gruba ayrılmış ve bir gruba televizyon aracılığıyla model alınabilecek davranışlar gösterilirken diğer gruba deneyci canlı olarak sergilemiştir. Televizyondan izleyenler canlı olarak görenlere göre daha geç tekrar etmişlerdir gördüklerini (Barr & Hayne, 1999).
- 3 yaşındaki çocukların televizyonda gördüklerini gerçek sandıkları, 4 yaşındakilerin ise ard arda gelir resimlerden oluşan bir sunum olduğunu bildiği bulunmuştur. 5 yaşındakiler güncel olayları ve dramaları 7 yaşındakiler kadar anlayamamıştır (Wright, Huston Reitz & Piemyatet, 1994).

### **Televizyon ve Öğrenme**

- 160 tane 3-5 yaş arası ve 166 tane 5-7 yaş arası çocukla yapılan bir deneyde çocukların sözcük dağarcığının gelişiminde televizyonun etkisi olduğu bulunmuştur. Çocuklara Susam Sokağı izletme ve düzenli olarak günlüklerini okuma yoluyla yapılan araştırmada 3-5 yaş arası çocuklar daha fazla yeni kelime kullanmıştırlar (Rice, Huston, Truglio & Wright, 1990).
- 40 tane 4 yaşındaki çocuğa Susam Sokağı'nın tekrar tekrar izletildiği deneyde çocuklar dikkatlerini yitirmiş ama çok daha fazla idrak etmişler ve çok daha fazla Şey öğrenmişlerdir (Crawley, Anderson, Wilder, Williams & Santomero, 1999).

### **İzleme Alışkanlığı ve Aile Ortamı**

- 326 çocuğun 3-5 ve 5-7 yaş arası iki grupta incelendiği araştırmada çocukların televizyon alışkanlığının izledikleri programa ve ailelerine bağlı olduğu bulunmuştur (Huston, Wright, Rice, Kerkman & St. Peters, 1990; Truglio, Murphy, Oppenheimer, Huston & Wright, 1996).
- Boylamsal bir araştırma çocukların yetişkin programlarını aileleriyle, çocuk programlarını kendi başlarına izlediğini göstermiştir (St. Peters, Huston, Wright, & Eakins, 1991). Dahası çocuklar aileleriyle ne kadar çok vakit geçirirlerse eğitsel programları o kadar az izlemektedirler (Taras, Sallis, Nader & Nelson 1990). Bu araştırmalar televizyon izlemenin aile tarafından kısıtlandığını göstermektedir.



### **Korku Unsurlarına Tepki**

- 163 tane 5-9 yaş arası çocukla yapılan araştırmada korku unsurlarının mahalli oluşu daha fazla etkilenmeye sebep olmaktadır (Cantor & Hoffner, 1990). 235 okul çağındaki çocuk ailesi ile yapılan telefon araştırması göstermiştir ki haberler fantastik filmlere göre daha korkutucudur bu çocuklar için (Cantor & Nathanson, 1996). 5-7 ve 9-12 yaş arası 186 çocukla yapılan araştırma sonucu, korku filmlerinin mutlu sonla bitmesi durumunda çocukların korkusunun azaldığı bulunmuştur (Hoffner & Cantor, 1991). Gerilim filmlerini büyük kardeşiyle izleyen çocukların da heyecanı daha az bulunmuştur (Wilson & Weiss, 1993).

### **Reklama Tepki**

- Çocuklar 2 yaşlarına gelir gelmez televizyon reklamlarında gösterilen markalara ve ebeveynlerinin davranışlarına dikkat etmektedir (Hite & Hite, 1995). 3-6 yaş arası çocuklar her türlü markanın logosunu ve amblemini tanımaya başlamaktadırlar (%50'si sigara amblemini bile tanıyor). Tanımanın gücü televizyon izleme sıklığı, yaş ve görsel ipuçlarına göre değişiyor (Fischer, Schwartz, Richards, Goldstein, Rojas, 1991; Henke, 1995; Macklin, 1994).

### **Sağlıksal Sonuçlar**

- Korku unsurları içeren filmler izleyen çocukların kalp atım hızları ve travma sonrası stres belirtileri artmaktadır. 3-5 arası çocukları olan 116 ebeveyn ile yapılan araştırma sonucunda korku filmleri izleyen çocukların %40'ında en az bir travma sonrası stres belirtisi gözlenmiştir. Uyku güçlüğü en çok görülen ortak sorunlardan biridir (Crum, 1994; Groer & Howell, 1990).

- Yılda 4 gün ve 4 yıl boyunca 191 tane 3-4 yaşlarında çocuğun fiziksel aktiviteleri izlenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre çocuklar ne kadar çok televizyon izlerse o kadar az fiziksel aktivite yapmaktadır. Ancak yine de obezite ile doğrudan bir ilişki bulunamamıştır (DuRant, Baranowski, Johnson & Thompson, 1994).

## 2000'ler:

### Televizyon ve Öğrenme

- Öntest sonuçları eşit çıkan ve o dönemde müfredata göre hazırlanmış bir program olan "Blue'nun İpuçları"nı izleyen çocukların son test sonuçları standart zeka testlerinde problem çözme ve esnek düşünebilme açısından izlemeyenlere oranla daha yüksek puanlara sahiptir (Anderson, Bryant, Wilder, Santomero, Williams, et al., 2000).
- Eğitsel programların çocuğun okula hazırlık evresini yumuşattığı bulunmuştur (Wright, Huston, Murphy, St Peters, Pinon, et al, 2001).
- Kaşif Dora, Blue'nun İpuçları, Ejderha Hikayeleri, Arthur, ve Clifford gibi eğitsel programların izlenmesi 6-30 aylık çocukların dil gelişimini olumlu etkilemiştir. Ebeveyn programları izleyen çocukların dil gelişimi ise gerilemiştir (Linebarger & Walker, in press).
- Ulusal Boylamsal Gençlik Araştırması'na ailelerin verdiği bilgiye göre 1-3 yaşlarında televizyon izleyen çocukların 7 yaşlarında dikkat eksikliği sorunuyla karşı karşıya kaldığı bulunmuştur. Ebeveynlerin verdiği bilgi Davranışsal Problem İçeriği alt testine göre işlenmiştir. 1-3 yaşlarında haftada izlenen 2.9 saat televizyon yayını 7 yaşında dikkat eksikliği görülme ihtimalini %28 arttırmaktadır (Christakis, Zimmerman, DiGiuseppe, & McCarty, 2004).

### **Sağlıksal Sonuçlar**

- Düşük gelirli çocukların (1-5 yaş arası) izledikleri her bir saatlik TV veya video yayını obezite riskini arttırmaktadır. Odasında televizyon olan çocuklar obeziteye (araştırmada çocukların %40'ında vardı) çok daha fazla yakındır (Dennison, Erb & Jenkins, 2002).
- Çocuklar (ağır yaş 4 olmak üzere) televizyonda gördükleri yiyecekleri izlemeyenlere göre daha fazla tercih etmektedir (Borzekowski & Robinson, 2001).
- Televizyon izleyen çocukların 11 yaşından itibaren vücut kütle-yağ endeksi artmaktadır (Proctor, Moore, Gao, Cupples, Bradlee, et al, 2003).

### **Bebeklerin Medyaya Tepkisi**

- Bir yaşındaki çocuklar televizyonda bir modelin negatif tepki gösterdiği nesnelere kaçınma tepkisi göstermiştir (Mumme & Fernald, 2003).
- Haftada birkaç dakika tavana monte edilmiş bir kameranın kayıtlarından saklanan bir eşyayı izleyen iki yaşındakiler iki hafta sonra odanın herhangi bir yerine saklanan oyuncuğı kolayca bulabilmişlerdir (Troseth, 2003). Hatırlarsanız daha önceki bir çalışma bunun tam tersini iddia ediyordu.

## ÇOCUKLAR NEDEN TELEVİZYON İZLER?

Kaynaklar televizyonu insanların toplumsallaşmasını sağlayan, çocuklara küçük yaşta bilgi veren, sözcük bilgisini genişleten, ana babadan sonra en önemli etken olan bir araç olarak göstermektedir (Karaca ve ark., akt., 2007). Televizyonun her evde bulunması, kolay ulaşılabilir bir araç olması, göze ve kulağa hitap etmesi nedeniyle çocuklar üzerinde aile ve okuldan sonra çok etkili olabilmektedir (Aktaş ve Aral, 1997).

Ev, bir anlamda televizyon demektir ve dolayısıyla "evde olmak", başlı başına televizyon izlemeyi kolaylaştıran bir etmendir (Bağlı, 2003)." Himmelweit ve arkadaşları televizyonun çocukları çektiğini çünkü onlara "gerçeği keşfetme", "bilinmedik alanlara solana", "dünyayı ve insanları daha iyi tanıma" olanakları verdiğini söylemektedirler. Televizyon onlara tutkulandıran ve nefeslerini kesen yeni resimler sunmaktadır (Hızal, akt. bt.). Dönemlere göre televizyon izleme sebeplerine bakacak olursak:

### **"Bebeklik Dönemi (18 aya kadarki dönem)**

Bebek yaşındaki çocuklar çok kısa süre içinde, televizyonun çalıştırılmasına dikkat ederler ve bunun için büyük de gayret gösterirler. Yayına doğrudan dikkat ettiklerinde ise program içeriğinin çoğunu kaçırlar. Bebeklerin televizyon programlarındaki ilk izleme tecrübeleri, ışık ve sesin parçaları halinde tanınabilir insan ve hayvan tiplerini anlamlı bileşimler halinde gruplandırmak şeklinde olur. Bu çağlardaki çocukların televizyonda sergilenen basit bir davranışı taklit edebildiklerine dair kanıtların mevcut olduğuna işaret edilmektedir.

### **18 Ay 3 Yaş Arası Dönem**

Bu çağdaki bebekler üzerinde televizyonun belirli etkileri ile ilgili araştırmaların azlığına rağmen, bunların sözel olan ve olmayan davranışları televizyondan öğrenecek yetenekte oldukları bilinmektedir. Dolayısıyla televizyonda gördükleri ve işittiklerini, tıpkı iki yaşın altındaki çocukların meşrubat reklamlarından edinilen cümleleri taklit edebilmelerinde olduğu gibi tekrar edebileceklerdir.

### **3-5 Yaş Dönemi**

Bu dönemlerde çocuklar televizyona birer araştırmacı gözüyle bakarlar. İzledikleri görüntülerin konu içeriğinde bir anlam ararlar ama ilgileri genelde karakterlerin hızlı hareketleri, sahnelerin hızlı değişimi, şiddet ya da beklenmeyen sürpriz görüntü üzerindedir.

### **İlkokul yaşları (6-12)**

Bu yaşlarda çocuğun izleyici olarak, dikkatini yayınlanan programa odaklama uzunluğu ve programda cereyan eden entrikaları takipteki kavramaya yönelik yeteneği gelişir. İzlediği karakterlerin, kendilerine uygun eylemlerini tanımaya ve konu içeriğinden sonuçlar çıkarmaya başlarlar. Küçük çocukların ne kadar televizyon izledikleri konusunda yapılan bir araştırmada 3 ve 5 yaş grubu çocukların haftada 19-20 saat televizyon izlerken 7 yaşına geldiklerinde, okula başlamaları nedeniyle, toplam izleme süresinin 15.5 saate düştüğünü tespit etmiştir. Bir başka araştırmada ise küçük çocukların, bilgilendirici programları, büyük çocuklara göre daha fazla izlediklerini ortaya koymuştur. Bu çocukların aynı zamanda yetişkinlere yönelik programlara daha fazla maruz kalmakta olduklarını ortaya koymuştur. Bunun nedeni, yetişkinlerin izlemeleri sırasında onların da ebeveynlerin yanında olmasıdır" (Karaca ve ark., 2007).

## ÇOCUKLARI KORUMAK İÇİN NELER YAPILABİLİR?

Televizyon izlemenin en yoğun olduğu dönemin, 11-14 yaş aralığı olduğu belirlenmiştir. Ortalama bir çocuğun 16 yaşına kadar TV’de 13 bin şiddet eylemine tanık olduğu saptanmıştır (Kalan, 2010).

Çocukların televizyondan en az zarar görmesinde pek çok farklı kolların uyumlu bir çalışması gerekmektedir. Bu kollar televizyon işini yapan ve temel kaynak olan medya kuruluşları, çocukların zamanlarının büyük bir vaktini geçirdikleri okul ve çocuklarını en iyi tanıyan aileleridir ve en çok da ailelere görev düşmektedir.

Öncelikle medya kuruluşları kaynak olarak yayınladıkları içeriğe dikkat etmelidirler. Çocukların izleyebileceği saatlerdeki programlarda asla şiddet, cinsellik ve olumsuz davranış oluşturabilecek unsurlar barındırmamaları gerekir. Oysa ki medya kuruluşları bunun tam tersini yapmaktadırlar. “Uluslararası Ticaret Örgütü’nün belirlemiş olduğu reklam özdenetim esaslarından çocuklara yönelik reklamlarda gözetilecek temel ilkeler şu şekilde belirlenmiştir:

**1. Ayırt Edebilme:** Çocukların özel olarak korunmaları gerektiği için ve Esaslar’ın 11. maddesini özellikle uygulamak üzere, reklamların, yazılar ya da program malzemesi ile herhangi bir şekilde karıştırılması olasılığı bulunuyorsa reklamlar açıkça

“reklam” olarak belirtilmeli veya aynı derecede etkili bir şekilde ayırt edilmelidir.

**2. Şiddet:** Reklamların, yasalara ve/veya genel kabul gören toplumsal davranış kurallarına aykırı düşebilecek davranış ya da durumlarda şiddete göz yuman bir yaklaşım sergilememesi gerektiği unutulmamalıdır.

**3. Toplumsal:** Reklamlar, bir ürüne sahip olmanın ya da bir ürünü kullanmanın tek başına, çocuğu yaşıtı olan diğere çocuklara göre fiziksel, sosyal veya psikolojik bir avantaj sağlayacağını veya bu ürüne sahip olmamanın aksi yönde bir etki yaratacağını ileri sürerek toplumsal değerleri

sarsmamalıdır. Reklamlar toplumda geçerli değerleri dikkate alarak otoriteyi, sorumluluk duygusunu, ana babanın yargılarını ve zevklerini küçük düşürücü olmamalıdır.

**4. Güvenlik:** Reklamlar, çocukları tehlikeli durumlara sokabilecek veya onları tanımadıkları kişilerle ilişki kurmaya ya da bilmedikleri veya tehlikeli yerlere gitmeye teşvik edebilecek hiçbir ifade ya da görsel sunum içermemelidir.

**5. İkna:** Reklamlar, reklamı yapılan ürünün kendilerine alınmasını sağlamak üzere başkalarını ikna etmek için, çocuklara yönelik doğrudan bir çağrışı içermemelidir.

**6. Gerçeğe Uygun Sunum:** Reklamların, çocukları, reklamı yapılan ürünün gerçek boyutları, değeri, özellikleri, dayanıklılığı ve performansı hakkında yanıltmaması için özel bir dikkat göstermelidir.

**7. Fiyat:** Fiyat, çocukların ürünün gerçek değerini yanlış bir şekilde algılamalarına yol açacak şekilde belirtilmemelidir. Reklamı yapılan ürünün her aile bütçesinin olanaklarıyla sağlayabileceğini ima etmemelidir" (Karaca ve ark., akt., 2007).

Devlet yönetiminin de bu konuyla ilgili yapabilecekleri vardır. Bosi ve Çaman'ın (2010) aktardığı üzere günümüze kadar ülkeler tarafından çocuk hakları ile ilgili en yaygın biçimde kabul edilen bu sözleşmenin 17.Maddesi; sözleşmeye taraf devletleri, "kitle iletişim araçlarının önemini kabul ederek çocuğun; toplumsal, ruhsal ve ahlaki esenliği ile bedensel ve zihinsel sağlığını geliştirmeye yönelik çeşitli ulusal ve uluslararası kaynaklardan bilgi ve belge edinmesini sağlamakla" görevlendirmektedir. Bu amaçla taraf devletler; "kitle iletişim araçlarını çocuk bakımından toplumsal ve kültürel yararı olan bilgi ve belgeyi yaymak ve çocuğun esenliğine zarar verebilecek bilgi ve belgelere karşı korunması için uygun yönlendirici ilkeler geliştirmek için teşvik etmelidirler".

Okullar ve yönetici kurumu olan MEB de eğitilmiş ve sağlıklı bir nesil yetiştirilmesinden sorumludurlar. Öğretmenin çocuk gözündeki yeri ve çocuğun öğretmene bağlılığı unutulmamalıdır. Bazı bilgilerin öğretmenler tarafından dile getirilmesi çocukların bunu daha kolay benimsemesine sebep olacaktır. MEB ve RTÜK işbirliği ile verilen ve seçmeli ders olarak sunulan

Medya Okuryazarlığı dersleri çocuklara televizyonda gördükleri her şeyi benimsememe gerektiklerini ve medya içeriklerinde seçici alıcı olmayı öğretmektedir. Bu yüzden çocukların bu dersi seçmeleri sağlanmalıdır. RTÜK'ün yürürlüğe koyduğu akıllı işaretler sistemi de oldukça yapıcı bir uygulamadır. Bu işaretlerin anlamı öğrenilmeli ve işaretlerin maksatlarına uyulmalıdır. Örneğin bir filmde +13 ibaresi varsa o filmi 12 yaşındaki bir çocuk bile izlememelidir. Medya okuryazarlığı hakkında Kalan (2011) şunları aktarmıştır:

1. Medya okuryazarlığı, eleştirel düşünme ve kendini ifade etme becerilerini kazandırarak, demokratikleşme sürecinde bireyin bir vatandaş olarak ,siyasi sınıflandırma yapabilen, toplumsal tartışmaları anlayan, katılabilen ve seçim sürecinde karar verebilen' hale gelmesini

2. Medyanın mesaj bombardımanı altında hayatını imajlardan uzak güvenli bir biçimde sürdürebilmesini,

3. Medyanın düşüncelerimizi, inançlarımızı ve davranışlarımızı şekillendirmedeki gücünü anlamamızı sağlayarak medya bağımlılığından kurtulmayı sağlar,

4. Görsel temelli iletişimin değişik tabakalarını nasıl okunacağını öğretir,

5. Bilginin kaynağını ve amacını anlama konusunda değişik görüşlere ulaşmasına yardımcı olmaktadır.

Medya okuryazarlığı dersi alan bir öğrenci televizyonda onu bekleyen tehlikeden haberdardır. Medya okuryazarlığı dersi aldığını düşündüğüm bir ortaokul öğrencisinin Cennet Mahallesi isimli bir diziye ilişkin içerik çözümlemesi RTÜK'ün kendi sitesindeki blogda şu şekilde yer almıştır:

*"Bu yayında "Pembe" karakterinde olan Melek Baykal sürekli şiddet saçmaktadır. "Ferhat" karakterinde olan Alişan ise Pembe kızı Sultan'ı vermediği için kendini alkole (içkiye) kaptırıyor. İnsanlar ise Ferhat'ın içtiğini görüp bir zararı olmadığını düşünüyorlar. Hâlbuki alkol insan vücudu için zararlıdır. Bunu bilmeyen TV izleyicileri ise kendilerini alkole kaptırıyorlar. Bu yayında oynayan "Beter Ali" karakteri ise dolandırıcılık yapıyor ve insanları dolandırıcılığa teşvik ediyor. Bu*



*programda oynayan "Sultan" ve "Fatoş" karakterli şahıslar ise dansözlük yapıyor ve dansöz kıyafetleri giyiyorlar. Hâlbuki bu kıyafetlerin bizim örf ve adetlerimizde yeri yoktur. Bu yayınlar kaldırılmadığı sürece insanlara ve çevreye kötü etkiler yayılabiliyor."*

Aileler çocuklarını medyanın olumsuz etkilerinden korumak ve sağlıklı bir gelecek geliştirmekteki en önemli yapılardır. Televizyona karşı çocukları korumada ana baba aracılığı, kimi zaman "çocukla birlikte televizyon izleme", kimi zaman "tartışma-açıklama" ve kimi zaman da "kural koyma-sınırlandırma" yoluyla gerçekleştirilebilir (Bağlı, akt., 2003).

Bağlı'nın (2003) aktardığı üzere, Susam Sokağı'nı anneleriyle birlikte izleyen çocukların bu programdan daha çok şey öğrendiklerini bulmuştur.

"Birlikte izlemenin olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkilerinden de söz edilebilir: Birlikte izleme, saldırgan davranışlarla, cinsiyet kalıp yargılarıyla, televizyon karakterlerinin gerçek dünyadaki insanları temsil edici olduklarına daha çok inanmayla olumlu ilişki göstermektedir. Çocukların, anneleriyle birlikte televizyon izlemeleri durumunda, ekranda sunulan bilgilere karşı daha dikkatli ve açık olmaları olasılığı ve çocuklarıyla birlikte olumsuz içerikteki programları izledikleri halde, içeriği onaylamadıklarını açıklamayan ana babaların, çocuklarına, alttan alta bu içeriği onayladıkları mesajını verme olasılıkları bu sonucu açıklayabilir gerçekleştirilebilir" (Bağlı, akt., 2003).

Genel bir biçimde ana babaların çocuklarıyla televizyon hakkında konuşmaları (programın gerçekliğini tartışmak, televizyonda izlenen davranışlar hakkında eleştirel yorumlar yapmak, televizyonda sunulan bilgilere ek ve destekleyici bilgiler sağlamak) anlamına gelen *aktif aracılık* uygulamalarıyla daha sık karşılaşan çocuklar, daha eleştirel televizyon izleyicileri olmakta, televizyon materyalinden daha çok şey öğrenmekte ya da bu materyali daha iyi anlamaktadırlar (Bağlı, akt., 2003).

“Televizyonun ne zaman, nasıl ve ne kadar izleneceğine ve televizyonda hangi içeriğin izleneceğine ilişkin kurallar koymak ve/veya kısıtlamalar yapmak anlamına gelen *kısıtlayıcı aracılık* uygulamalarıyla daha çok karşı karşıya gelen çocukların, daha az saldırgan, kendilerini daha fazla kontrol edebilen, okula daha çok uyum sağlayan çocuklar oldukları; televizyon programlarını daha iyi anlayabildikleri ve gerçek dünyayla televizyon arasında daha iyi ayırım yapabildikleri; cinsiyet rollerine kalıp yargılardan daha uzak bakabildikleri ve dış dünyaya ilişkin korkularının daha az olduğu; televizyonda reklamı yapılan ürünlerin satın alınmasını daha az istedikleri gözlemlenmektedir. Kısıtlamanın ve kural koymanın her düzeyi, bu kadar etkili değildir. Ana babaları saldırganlık içeren programlar konusunda daha kısıtlayıcı olan çocukların daha az saldırganlık gösterdiklerini, ancak çok fazla kısıtlayıcılığın da yüksek düzey saldırganlıkla ilişkili olduğunu gözlemlemiştir. Bu, kısıtlayıcılığın “geri tepen” bir yanının da söz konusu olabileceğini akla getirmektedir. Ancak ana babanın araya girişi ve müdahale edişi, televizyonun bir bilgi kaynağı olarak, çocuğun gözündeki değerini düşürmekte ve çocuğun televizyona ve içeriğine daha şüpheli bir tavırla yaklaşmasına yol açmaktadır. Kurallar koymanın çocuğa, onu televizyonun değil, ana babanın yetiştirdiği mesajını verdiğini ve çocuğun, mesajları ana babanın koyduğu sınırlar içinde almasına yardımcı olduğunu belirtmektedir” (Bağlı, akt., 2003). Bağlı kısıtlayıcılık tiplerini aşağıdaki gibi aktarmış ve açıklamıştır:

- a) Açık kısıtlayıcılık
- b) “Çaktırmadan” kısıtlayıcılık
- c) Açıklayıcı kısıtlayıcılık
- d) Alternatifli kısıtlayıcılık
- e) Üçüncü kişileri denetleyerek kısıtlayıcılık
- f) Mekânsal kısıtlayıcılık
- g) Diğer kısıtlayıcılıklar (“kuralın kaynağını dışarıda tutarak kısıtlayıcılık” ve “kısıtlama nedenini değiştirerek kısıtlayıcılık”)

"Kısıtlamaya ilişkin niyetin, gerekçeli ya da gerekçesiz olarak, açıkça ifade edilmesi, söz konusu 'doğrudanlık'tan ötürü, ana babayla çocuğu karşı karşıya getirme gizilgücünü taşımakta ve dolayısıyla çatışma ve direnme olguları için uygun zemin oluşturmaktadır. Çatışma ve direnme olasılıklarından kaçınmak üzere, "çaktırmadan" kısıtlayıcılık, alternatifli kısıtlayıcılık ve "diğer kısıtlayıcılıklar" başlığı altında değerlendirilen "kuralın kaynağını dışarıda tutarak kısıtlayıcılık" ile "kısıtlama nedenini değiştirerek kısıtlayıcılık", ana babaların başvurdukları aracılık biçimleridir. Bunlar da, "doğrudan kısıtlayıcılık"ın karşısını işaret ettiklerinden, "dolaylı kısıtlayıcılık" olarak kavramsallaştırılabilirler. Bu kısıtlayıcılık biçimlerinde ana babalar, "kısıtlama yapmıyormuş gibi" davranarak kısıtlama amacını "dolaylı" bir biçimde gerçekleştirmektedirler.

Annelerle ve çocuklarla ailede televizyon kullanımına ilişkin olarak görüşülen bir araştırmada, annelerin doğrudan kural koymak yerine, "empoze etmemiş olmak" amacını gerçekleştirmeye dönük bir, aracılık çabası içinde olduklarını gözlemlemiştir. Çünkü annelerin, kuralları dayatmak ve uygulamak için her zaman yeterli enerjileri yoktur. Çocuklar, tanımlanmış kuralların fazla olmadığından söz etmektedirler. Dile getirilmeden uygulanan kuralların da bulunmaktadır. Kuralı tanımlamadan ya da dile getirilmeden uygulamaya çalışmak, ana babaya, çocuğun direnişi ile baş etmek için bir ölçüde yardım edecektir.

"Dolaylı kısıtlayıcılık" olarak değerlendirilen kısıtlayıcılık biçimlerinden en belirginini, "çaktırmadan" kısıtlayıcılıktır. Burada temel olarak, izlenmesi istenmeyen içeriğin çocuğa fark ettirilmeden, bir başkasıyla yer değiştirmesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Özellikle cinsellik içeren görüntüler ve programlar, "çaktırmadan" kısıtlanmaktadır. Çiğdem Çınar, daha önce de alıntılanan ifadesinde, cinsellik söz konu olduğu zaman açıklama yapmadıklarını, çünkü "açıklama yaparlarsa battıklarını" belirtmektedir. "Kuralın kaynağını dışarıda tutarak kısıtlayıcılık" ve "kısıtlama nedenini değiştirerek kısıtlayıcılık"ta, kısıtlamayı amaçlayanın ve kısıtlama gerekçesinin, olduğundan farklı gösterilmesi yolu izlenmektedir. Sözü edilen bu son iki aracılık biçiminde, "çaktırmadan" aracılıkta olduğu gibi, ana babanın çocukla çatışması ve çocuğun direnmesi olasılığı azalmaktadır. Çocukların, kısıtlamaya karşı direnme şeklinde görülen tepkilerine, yani kısıtlayıcılığın "geri tepen" yanına, belirli bir davranışı kontrol etmeye ya da kısıtlamaya yönelik girişimlerin, davranışı

kısıtlanmaya çalışılan kişinin özgürlüğünü ortaya koyma çabasıyla, istenenin tersi yönde sonuçlanabileceğın ilişkin kestirimlerde bulunan "karşı tepki oluşturma kuramı" ile yaklaşılabilir.

Dolaylı kısıtlayıcılık biçimlerinden bir diğeri olan alternatifli kısıtlayıcılıkta, başka etkinlik önerilerinin ve farklı içerikteki program ya da kanalların gündeme getirilmesi yoluyla, çocuğın izlemesi istenmeyen içerikten uzak tutulmaya çalışılması söz konusudur. Alternatifli kısıtlayıcılık olgusu, "yer değıştirme denencesi" ile ilişkilendirilebilir gibi görünmektedir. Yer değıştirme denencesi, temel olarak, televizyon izlemenin diğeri gündelik etkinlikler arasındaki yerini, etkinliklere harcanan süre bağlamında değıerlendirmeye yardımcı olmak için kullanılmaktadır. Denencenin temel sayıltıları, aynı anda birden fazla etkinlikte bulunulamayacağı ve zamanın kısıtlı oluşu dolayısıyla bir etkinlikle geçirilen sürenin mutlaka diğeri etkinliklere ayrılmış sürelerden alınmış olacağı doğrultusundadır. Buna göre, televizyon izleme başka etkinliklerle birlikte değıil, tek başına gerçekleşir ve ne kadar çok televizyon izlenirse başka etkinliklere o kadar az zaman kalır.

Yer değıştirme olgusu, televizyon izleme ve televizyon izlemenin yerine geçtiğıi etkinlik arasındaki ilişki "fiziksel ve psikolojik yakınlık" ilkeleriyle açıklanmaktadır. Fiziksel yakınlık iki etkinliğin aynı fiziksel mekânda oluşuyor olmasına; psikolojik yakınlık ise iki etkinliğin yaşantısal olarak benzer olmasına (örneğin, her iki etkinliğin de aynı derecede doyum vermesine) işaret etmektedir. Bu ilkeler, eğer televizyon izleme bir başka etkinliğin yerine geçecekse, nasıl bir etkinliğin yerine geçeceğinin ipuçlarını vermektedir.

Ana babalar, izlenmesini istemedikleri program yerine başka program ya da televizyon izleme etkinliğıi yerine başka etkinlik önerisinde bulunmayı, "başka program" ya da "başka etkinlik", psikolojik ve fiziksel olarak daha uzak ve "çerçeve" değıistirmek daha zor olduğı için, ancak çaba sarf ederek gerçekleştirebilirler. Üstelik "çerçeve" değıişikliğıi sadece çocukları için değıil, kendileri için de geçerlidir ve çerçeve değıistirmek enerji gerektirmektedir.

Birden fazla televizyon cihazı sahibi olmak, aile bireylerinin televizyon izlemelerini artırıcı bir etmen olarak değerlendirilebilir. Ancak, evdeki ikinci ya da üçüncü televizyon, bu araştırmadaki ailelerde gözlemlenmemiş olmakla birlikte, önemli bir "kısıtlayıcı yardımcısı" olarak da işleyebilir. Ana baba, çocuk için uygun olmadığını düşündükleri içerikte programları kendi odalarına koydukları televizyonda izleyebilir ya da her iki televizyon cihazında izlenmek üzere ayarlanmış olan kanallar, aynı gerekçe ve amaçla farklılaştırılabilir.

Kısıtlayıcılığın bir sınırı da, kısıtlamak için geçerli bir gerekçe bulunduğu ve bir irade olduğu halde, kısıtlayıcılığı gerçekleştirememekle ilgilidir. Ana babalar çoğu kez belirli bir programın çocukları için uygun olmadığını, ancak programı izlerken fark edebilmektedirler. Programın uygun olmadığını anlaşıldığı nokta, zaman zaman kısıtlama için çok geç kalındığı noktadır. Çünkü çocuğun izlemesi istenmeyen görüntü, ekranda görünmüş ve geçmiştir; yani kısıtlamayı gerçekleştirmek için gerekli "erken teşhis" yapılamamıştır. Dolayısıyla, ana babanın "erken teşhis"teki becerisi de, kısıtlayıcı aracılıkta dolaylı bir etmen olarak karşımıza çıkmaktadır" (Bağlı, 2003).

Televizyonun zararlı etkilerinden korunmak için çocukların yapabileceklerini Karacoşkun (2002) şöyle sıralamıştır:

1. Televizyon izlerken seçici olmalı, her programı değil de kendi değerlerine uygun programları seyretmelidirler.
2. Televizyon yönetici ve yayıncılarını uyararak, onları kendi kültürümüze uygun programlar yapmaya yöneltmelidirler. Bu tür programlar yapıldığında da telefon, faks vb. yollarla teşekkürlerini bildirerek onları teşvik etmelidirler.
3. Aileler, çocukların televizyonu sürekli değil, belirli saatlerde seyretmelerine imkân vermeli ve seyredecekleri programların onların sosyal gelişmelerine uygun olmasına dikkat etmelidirler.
4. Eğer kaset yahut CD ile video seyretme imkânı varsa, zaman zaman çocukların televizyon seyretmeye yönelik ilgi ve gereksinimleri, ahlakî motifleri zengin çizgi ve dizi film kasetleri veya CD'leriyle giderilmelidir.