T.C.
Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

GELENEKSEL MEDYADAN DİJİTAL MEDYAYA ÇOCUK VE ÇOCUKLUK PARADİGMASI: ORTAOKUL DÖNEMİNDE MEDYA KULLANIMI BAŞLIKLI SAHA ARAŞTIRMASI

UZMANLIK TEZİ

Zekiye Şeyma ERÇİN

ANKARA

HAZİRAN/2021

T.C.
Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

GELENEKSEL MEDYADAN DİJİTAL MEDYAYA ÇOCUK VE ÇOCUKLUK PARADİGMASI: ORTAOKUL DÖNEMİNDE MEDYA KULLANIMI BAŞLIKLI SAHA ARAŞTIRMASI

UZMANLIK TEZİ

Zekiye Şeyma ERÇİN

DANIŞMAN

ÜST KURUL UZMANI Filiz ERTUNÇ

ANKARA

HAZİRAN/2021

RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU BAŞKANLIĞINA

Bu çalışma, Tez Değerlendirme Komisyonu tarafından oy birliği/oy çokluğu ile Uzmanlık Tezi olarak kabul edilmiştir.

Adı Soyadı İmza

Başkan :

Üye :

Üye :

Üye :

Üye :

ONAY

.. /../ 2021

Ebubekir ŞAHİN

Üst Kurul Başkanı

TEZ TESLİM TUTANAĞI VE DOĞRULUK BEYANI

Radyo ve Televizyon Üst Kurulunda görev yapan Üst Kurul Uzman Yardımcısı olarak, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Tez Hazırlama Yönergesi'ne uygun şekilde hazırlamış olduğum uzmanlık tezi ilişikte sunulmuştur.

Bu uzmanlık tezindeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik davranış ilkelerine uygun olarak toplayıp sunduğumu; ayrıca, bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçları andığımı ve kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.

Bilgilerinizi ve gereğini arz ederim

…./…/2021

Zekiye Şeyma ERÇİN

Üst Kurul Uzman Yardımcısı
Uzmanlık Tezinin Adı: Geleneksel Medyadan Dijital Medyaya Çocuk ve Çocukluk Paradigması: Ortaokul Döneminde Medya Kullanımı Başlıklı Saha Araştırması

EK:
1-Tez (6 adet)
2-CD (1 adet)

Tezi Teslim Alan

Daire Başkanı

…/…/2021

TEŞEKKÜR

İlk olarak, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Üst Kurul Uzman Yardımcılığı süreci boyunca akademik ve mesleki anlamda pek çok şey öğrendiğimi belirterek biz uzman yardımcılarına özel ilgi ve alaka gösteren Üst Kurul Başkanı Sn. Ebubekir Şahin ve kıymetli Üst Kurul üyelerine teşekkür ederim.

Tez yazım sürecimde desteklerini eksik etmeyen, çalışma sürecini kolaylaştıran ve her zaman kibarlığı ve hoşgörüsüyle beni mahcup eden sevgili danışmanım Üst Kurul Uzmanı Filiz Ertunç'a teşekkür ederim. Bu çalışmanın tamamlanması tez danışmanım ısrarlı teşvikleri ve yönlendirmeleri sayesinde oldu. Danışmanımın alandaki uzmanlığı ve yönlendirmeleri ile tez çalışmam bugünkü şeklini aldı. Ayrıca, tez yazım süreci boyunca beni durmadan teşvik eden ve işimi kolaylaştıran anne ve babama müteşekkirim. Bu çalışma boyunca teşekkür etmekten zevk duyacağım, desteklerini esirgemeyen dostlarıma ve ismini anamadığım yakınlarıma da şükranlarımı sunarım.

Son olarak özel bir teşekkür de bu süreçte bana eşlik ve yardım eden, desteğini her daim hissettiğim eşim Ömer'e.

İÇİNDEKİLER

TEŞEKKÜR I
İÇİNDEKİLER II
KISALTMALAR LİSTESİ IV
GRAFİKLER LİSTESİ V
GİRİŞ 1
BİRİNCİ BÖLÜM 6
KAVRAMLAR, TANIMLAR VE TARİHSEL SÜREÇ 6
1.1. ÇOCUK VE ÇOCUKLUK KAVRAMI 6
1.1.1. Çocuk 6
1.1.2. Çocukluk 10
1.2. ÇOCUKLUĞUN TARİHSEL SÜRECİ 12
1.2.1. Çocukluğun Olmadığı Dönem 14
1.2.2. Çocukluğun Ortaya Çıkışı 17
1.2.3. Çocukluğun Yok Oluşu 23
1.2.4. Şark Toplumlarında Çocuk 27
1.3. MODERNLEŞME VE ÇOCUKLUK 30
1.3.1. Türk Modernleşmesinde Çocukluk Kavramı 32
1.3.2. Modern Çocuğa Karşı Postmodern Çocuk 36
İKİNCİ BÖLÜM 41
MEDYA ve ÇOCUK 41
2.1. MEDYA VE ÇOCUK İLİŞKİSİ 41
2.1.1. Çocuk Gelişim Dönemleri ve Medya Kullanımı 42
2.1.2. Çocukların Gelişiminde Medyanın Etkileri 48
2.1.2.1. Medyanın Olumlu Etkileri 49
2.1.2.2. Medyanın Olumsuz Etkileri 55
2.2. GELENEKSEL MEDYA VE ÇOCUK 64
2.2.1. Geleneksel Medyada Çocuk İçerikleri 67
2.2.1.1. Televizyon 68
2.2.1.2. Radyo 80

2.2.1.3. Dergi 84
2.2.2. Geleneksel Medyanın İdeal Çocuğu 88
2.2.3. Geleneksel Medyada Çocuk Temsili 91
2.3. DİJİTAL MEDYA ve ÇOCUK 96
2.3.1. Dijital Medyada Çocuk İçerikleri 99
2.2.2. Dijital Medyanın İdeal Çocuğu 105
2.2.2.1. Üretici Çocuk 106
2.2.2.2. Tüketici Çocuk 109
2.3.3. Dijital Medyada Çocuk Temsili 113
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM 117
ORTAOKUL DÖNEMİNDE MEDYA KULLANIMI BAŞLIKLI SAHA ARAŞTIRMASI 117
3.1. GİRİŞ 117
3.1.1. Araştırmanın Amacı 117
3.1.2. Araştırmanın Önemi 117
3.1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları 118
3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE KAPSAMI 119
3.2.1. Yöntem 119
3.2.2. Çalışma Grubu 120
3.2.3. Veri Toplama Araçları 120
3.2.4. Veri Analizi 121
3.3. BULGULAR 121
3.3.1. Demografik Veriler 121
3.3.2. Geleneksel Medya Kullanımına İlişkin Cevapların Değerlendirilmesi 123
3.3.3. Dijital Medya Kullanımına İlişkin Cevapların Değerlendirilmesi 129
3.3.4. Genel Değerlendirme 138
SONUÇ 143
KAYNAKÇA 154
EK 164
ÖZET 168
ABSTRACT 170
ÖZGEÇMİŞ 172

KISALTMALAR LİSTESİ

a.g.e.	Adı geçen eser
a.g.m.	Adı geçen makale
AB	Avrupa Birliği
BBC	British Broadcasting Corporation
BM	Birleşmiş Milletler
BT	Bilişim Teknolojileri
Çev.	Çeviren
Ed.	Editör
Haz.	Hazırlayan
RTÜK	Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
s.	Sayfa
SvoD	Subscription Video on Demand
TCK	Türk Ceza Kanunu
TRT	Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu
TÜİK	Türkiye İstatistik Kurumu
UNESCO	United Nations Educational Scientific And Cultural Organization

GRAFİKLER LİSTESİ

Grafik 3.1 Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Dağılımı……. 122
Grafik 3.2 Araştırmaya Katılanların Sınıf Aralığı…….. 123
Grafik 3.3 Araştırmaya Katılanların Günlük Televizyon İzleme Süreleri……. 124
Grafik 3.4 Araştırmaya Katılanların Haftalık Radyo Dinleme Saatleri……. 125
Grafik 3.5 Araştırmaya Katılanların Okudukları Aylık Dergi Sayısı…….. 126
Grafik 3.6 Araştırmaya Katılanların Televizyonda En Fazla İzledikleri Yayın Türü……..... 127
Grafik 3.7 Araştırmaya Katılanların Ebeveynleri ile Televizyon İzleme Oranı.. 128
Grafik 3.8 Araştırmaya Katılanların Televizyon İzleme Saatlerinin Ebeveynleri Tarafından Belirlenme Oranı……. 129
Grafik 3.9 Araştırmaya Katılanların İnternete Erişim Oranları……. 130
Grafik 3.10 Araştırmaya Katılanların Sosyal Medyadaki Hesaplarının Oranı… 131
Grafik 3.11 Araştırmaya Katılanların İnternet Kullanım Süreleri……. 132
Grafik 3.12 Araştırmaya Katılanların İnterneti En Fazla Kullanma Nedenleri.. 133
Grafik 3.13 Araştırmaya Katılanların Sosyal Medyayı En Fazla Kullanma Nedenleri……... 134
Grafik 3.14 Araştırmaya Katılanların Dizi İzlemek İçin Dijital Platformları (Netflix, Blu Tv, Puhu Tv, Exxen vb.) Tercih Etme Oranı…… 135
Grafik 3.15 Araştırmaya Katılanların Ebeveynleri Gözetiminde İnternet Kullanma Oranı…… 136
Grafik 3.16 Araştırmaya Katılanların İnternet Kullanım Sürelerinin Ebeveynleri Tarafından Belirlenme Oranı…… 137
Grafik 3.17 Araştırmaya Katılanların Televizyona Karşı İnterneti Tercih Etme Oranı…….. 138

GİRİŞ

Sosyal bir varlık olan insanın sosyalleşmesindeki en önemli unsur iletişimdir. İletişim kurma, insanlığın varlığının ve gelişmesinin ön koşullarından biridir. Tarihsel süreç içerisinde insanlar farklı iletişim araçları, iletişim unsurları ve iletişim mecraları kullanmışlardır. Böylelikle iletişimin temel unsurları olan gönderici, alıcı, ileti, kanal, dönüt ve şifre insanlık tarihi boyunca form değiştirerek karşımıza çıkmaktadır. Teknoloji ile iletişim her zaman birbirini destekleyen ve birbirlerini besleyen alanlar olmuşlardır. Teknolojinin gelişmesi ile yeni iletişim teknolojileri ortaya çıkmış; teknoloji, iletişimdeki değişimi ve dönüşümü gerekli kılmıştır. Değişen iletişim araçları ve mecraları, toplumun bir parçası olan çocukları da etkilemiş ve hatta fiziksel, psikolojik ve sosyal-duygusal yönden gelişimlerinde izler bırakmıştır.

Gelişen teknoloji, sosyal bilimlerin her alanında olduğu gibi çocuk ve çocukluk üzerine yapılan araştırmaları da arttırmıştır. Çocuk üzerine yapılan çalışmalar, özellikle 1960'lı yıllarda başlayarak günümüze kadar farklı ihtiyaçlara cevap verecek ölçüde artarak gelişmiştir. Bu tarih aynı zamanda televizyonun Amerikan evlerine girmesi ile paralellik göstermektedir. Hem teknoloji hem de medyadaki bu yeni devrim, çocuk-medya ilişkisinin yeniden okunmasına neden olmuştur. Ancak o dönemde çocuk ve çocukluğun tanımı net bir şekilde yapılamamış çocuk biyolojik bir varlık olarak tanınmış ve ele alınmıştır.

Tarihsel süreç içerisinde her toplum ve hatta aynı toplum içerisindeki çeşitli gruplar çocuk ve çocukluğu farklı şekilde algılayarak tanımını da bu algılar üzerinden yapmışlardır. Çocuk tarih sahnesinde kimi zaman terbiye edilmesi gereken bir günahkâr, kimi zaman fabrikalarda ucuz iş gücü, kimi zaman ise hayatın tam merkezinde yerini almıştır. Çocukluk sosyal olarak inşa edilmiştir. Çocuktan bağımsız, yetişkinler tarafından belirlenen bu değer, günümüzde dahi çocuklara hak ettikleri itibarı verememiştir. Medya, çocuğun tanımının yapılması ve toplumsal

konumunun belirlenmesinde bazen mesajları ileten bir araç olarak kullanılmış bazen de mesajın kendisi olmuştur.

Araştırmacılar tarafından çocukluk paradigmasında iki bakış açısı kabul edilmektedir. Bunlardan ilki geleneksel bakış açısıdır. Daha çok tarım toplumlarında çocuğun durumunu gösteren geleneksel paradigmaya göre, çocuk aileye en az yetişkinler kadar katkı sağlamakla yükümlüdür. Otorite figürü babadır. Bebeklikten sonra direkt yetişkinliğe geçen çocuk gerek görüntüsü gerek sorumluluklarıyla bir yetişkinden farksızdır. Diğer bir bakış açısı olan modern paradigmaya göre ise çocuk, aile içerisinde çocukluğun doğasından gelen hâliyle kabul edilerek, okul ve eğitimle yetişkinliğe hazırlanan geleceğin vatandaşı olarak kabul edilmektedir. Modern paradigmanın oluşumunda teknoloji ve dolayısıyla medya etkili olmuştur. Böylelikle otorite babadan, devlete geçmiştir. Çocuğu yetiştirmek artık medyanın da katkılarıyla devletin görevidir. Ancak günümüzde teknoloji ve medyanın gelişmesi ve dönüşmesiyle bu kabul görmüş iki paradigmaya bir tanesinin daha eklenmesi mümkündür; postmodern paradigma. Postmodern çocukluk paradigması, internetin çocuklar tarafından kolaylıkla erişilebilir hâle gelmesiyle başlatılabilir. Otorite yeniden el değiştirerek devletten, tamamıyla denetlenmesi mümkün olmayan internet dünyasının büyük güçlerinin eline geçmiştir. Böylelikle hız ve haz peşinde yeni bir çocukluk tanımının yapılması gerekli hâle gelmiştir. Bu paradigmalar üç ile sınırlı kalmayacak, teknoloji ve medya geliştikçe yeni çocukluk tanımlarının yapılması kaçınılmaz hâle gelerek yeni çocukluk paradigmaları oluşacaktır.

Bir toplumda çocuğu korumak, yetiştirmek ve çocuk için politika üretebilmek için o toplumun çocuk tanımını çok iyi yapması ve çocukluğun sınırlarını net bir şekilde belirlemesi gerekmektedir. Çocuk, insanlık tarihinin her döneminde vardır ancak çocukluk, değişkenlik gösterebilen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda çalışmanın birinci bölümünde Antik Yunan'dan günümüze kadar, elde edilmiş veriler ışığında çocuk ve çocukluk kavramları üzerinde durulmuştur. Çeşitli medeniyetlerin çocuğa karşı bakışları ve çocuğu sosyal olarak konumlandırmaları değerlendirilerek bu farklılıklar karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Antik Yunan'daki

çocukluk anlayışı ile Orta Çağ'daki, modern dönemdeki çocukluk tanımı ile postmodern dönemdeki birbirinden farklıdır. Bu da çocukluk özelinde yapılacak tanımlamaların, bağlamdan koparılmadan içerisinde üretildiği kültüre göre değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir. Özellikle matbaa ile başlayan iletişim alanındaki büyük devrim, çocuk ve çocukluk tanımlarını da değiştirmiş, kavramlara yeni anlamlar kazandırmıştır.

Tarihsel süreç içerisinde günümüze yaklaştıkça modern çocukluk paradigmasının ulus devletlerle beraber ortaya çıktığı görülmektedir. Çocuklar artık hükümetler açısından geleceğin vatandaşları olarak siyasi bir önem kazanmışlardır. Modernizm her coğrafyada çocuğu kendi idealizmine göre yetiştirmiş ve onları ideal vatandaş yapmak için eğitmiştir. Her devletin ideal vatandaş tanımı farklı olsa da modernizmle birlikte çocuklar ideolojik olarak devletin politikalarına göre terbiye edilmeye başlanmıştır. Türk modernleşmesinde ise, devletine bağlı, sadık, kendisinden çok devletin çıkarlarını ve etrafındakileri düşünen, üreten, toplumsal değerleri yetişkinlere dahi hatırlatan, hiçbir zaman kültürel değerlerden vazgeçmeyen "kutsal çocukluk" tipi geliştirilmiş ve çocuklar bu şekilde yetişmeleri için dönemin medyası ile yönlendirilmişlerdir. Medyanın değişmesiyle çocuk da değişmiş kendisine yeni bir kalıp üretmiştir. İnternetin çocuklar için kolaylıkla ulaşılabilir olduğu postmodern dönemde bu yeni kurgulanan çocuk benmerkezci, rekabetçi, toplumsal değerleri koruma gibi bir sorumluluğu olmayan, yetişkinlerin dünyasına girmiş, tüketen ve daima talep eden bir form almıştır. Modernizmle dönüşen yeni çocuk ve çocukluk yine birinci bölümde anlatılmıştır. Ayrıca, çocuk ve çocuklukla alakalı elimizdeki veriler Batı kaynaklı olduğu için çocuk üzerine yapılan okumalar ve çalışmalar Hristiyan inancına göre ele alınmıştır. Reform, Rönesans, Sanayi Devrimi, Aydınlanma, modernizm ve kapitalizmi büyük kırılmalar sonucuna tecrübe eden Batı medeniyetlerinin ürettiği çocuk ile İslam dünyasının çocuğa bakışı elbette ki farklı olacaktır. Birinci bölümde yine bu farklılıklara değinilmiş Şark medeniyetlerinde çocuğun durumu erişilen kaynaklar üzerinden değerlendirilmiştir.

Çalışmanın ikinci ana bölümü çocuk meselesine medya özelinden yaklaşmıştır. İlk etapta çocuğun fiziksel ve psikolojik gelişim dönemleri ile çocuğun medya kullanım ilişkilerine değinilmiştir. Araştırmacılar çocuğun gelişimini dört evrede incelemektedir: Bebeklik, ilk çocukluk, ikinci çocukluk ve ergenlik dönemi. Bu dört döneme göre çocukların medya kullanımları uzmanlar tarafında sınırlandırılmıştır. Aksi takdirde kendi yaş ve gelişimine uygun olmayan içeriğe maruz kalan çocuklarda medyanın olumsuz etkilerini gözlemlemek mümkündür. Bu bilgiler ışığında ikinci bölüm, etki araştırmalarıyla devam etmektedir. Medyanın çocuklar üzerindeki olumsuz etkileri, bilimsel çalışmalarla kanıtlanmış verilerle sunulmuştur. Medyanın yalnızca olumsuz etkileri üzerinde durulmamış doğru kullanıldığı takdirde çocuklara sağladığı olumlu etkiler yine akademik olarak kanıtlanmış çalışmalar üzerinden aktarılmıştır.

Çalışmanın da temel argümanını oluşturan medyalar arası kıyas yine ikinci bölümde anlatılmıştır. Temelde geleneksel medya ve dijital medya arasında çocukların medya kullanımları ve medyanın çocuk inşası üzerinde durulmuştur. Eski ve yeni medya, içerikleri, ideal çocuk beklentileri ve çocuk temsilleri açısından karşılıklı olarak incelenmiştir. İçerik incelemesinde, geleneksel medya mecralarının geleceğin ideal vatandaşı olan çocuğu oluştururken eğitici bir işlev takınarak iletilerini didaktik bir şekilde çocuklara aktardığı tespit edilmiştir. Geleneksel medyanın çocuklara yaklaşımında temel prensip eğitimdir. Ancak dijital medya eğitim kaygısı taşımamakta içeriklerinde temel kaygı olarak tüketimi benimsemektedir. Bu bağlamda, medya içerikleri, ideal çocuk inşasındaki önemli köşe taşlarındandır. Siyasi otoriteler ideal çocuğu yetiştirmek için her zaman medyadan destek alarak, bu doğrultuda medyanın tüm yazılı, işitsel ve görsel araçlarını kullanmışlardır.

Geleneksel medyada, yazılı medyanın yardımıyla “kutsal çocuk” tipi oluşturulmuş, görsel ve işitsel medyanın desteğiyle “bilge Türk çocuğu” tipi geliştirilmiştir. Ancak medya dijitalleştikçe rekabet ortamı oluşmuş ve oluşan bu yeni ortam “hazcı çocuk”u ortaya çıkarmıştır. Bu yeni hazcı çocuktan medyanın beklentisi hem üretici hem de tüketici olarak medyanın bir parçası hâline gelmesidir. Geleneksel

medyadaki ileti alan çocuk dijital medyada ileti vermeye başlamıştır. Aslında, dönemsel olarak ideal çocuk tipinin değişmesi, çocuk tanımının değişmesiyle de ilişkilidir. Dönemin medyası ideal çocuğunu kurgularken, medyadaki çocuk temsilleri en çok faydalandıkları kanallardan biridir. Medya ayna görevi yapmakta ekranlardakini topluma yansıtmaktadır. Rol model arayışındaki çocuklar da bu temsiller üzerinden ideallerini kurgulamakta, bu idealler de tüketim alışkanlıklarını belirlemektedir.

Çalışmanın üçüncü bölümünde saha araştırması yapılmıştır. Ortaokul dönemindeki çocukların geleneksel ve dijital medya alışkanlıklarına yönelik veriler karşılaştırılarak çocukların medya tercihlerine ilişkin değerlendirmelerde bulunulmuştur. Dijital medyanın içerisine doğan dijital yerli olan bu çocuklar, geleneksel medya unsurları ile de her gün karşılaşmakta ve bu mecraları takip etmektedir. Her iki medya türü arasındaki tercihler, çocuk ve çocukluğu yeniden tanımlamayı zorunlu hâle getirmektedir. Diziyi geleneksel medya mecrası olan televizyondan izlemeyi tercih eden ancak vakit geçirmek için internette kısa video izleyen çocuklar, dönemin çocuğu hakkında da önemli ipuçları vermektedir.

Sonuç olarak, üç ana bölümden oluşan bu çalışma ile çocukluğun medya etkisinde tarihsel süreç içerisinde nasıl bir dönüşüm geçirdiği, medyanın siyasi ideoloji ile ilişkili olarak çocuklar üzerinde nasıl bir etkisi olduğu ve dijital medya ile oluşan yeni toplumsal düzenin çocuk üzerinde nasıl bir sonuç doğurduğu geleneksel medya ve dijital medya bağlamında karşılaştırmalı olarak incelenmiştir. Böylelikle medyanın gelişim süreci içerisinde çocukluğun her yeni medya devrimiyle tanımının değiştiği anlaşılmıştır. Tüm bu çocuk tanımlarına günümüzde bir yenisi daha eklenerek çocuk ve çocukluğun sınırları muğlaklaşmıştır. Çocuk içeriği ile yetişkin içeriğini herhangi bir ayrıma tabi tutmayan sayısal medyada yetişkinlik ile çocukluk arasındaki hattın aşınması yeni bir çocuk tipini beraberinde getirdiği gibi yeni bir yetişkin tanımını da gerekli kılmıştır. Yetişkinlerin dünyasında dolanan çocuklar ve çocukların dünyasına kasıtlı olarak yaklaşan yetişkinler medyanın yeni ideali olarak görünmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMLAR, TANIMLAR VE TARİHSEL SÜREÇ

1.1. ÇOCUK VE ÇOCUKLUK KAVRAMI

İnsan gelişim sürecinin doğal bir halkası olan çocukluk ve çocuk kavramı, dönemlere, tarihsel süreçlere, coğrafyalara, toplumlara ve hatta aynı toplum içerisinde farklı kültürlere göre değişmektedir. Geçmişten günümüze, tarihçiler, eğitimciler bilim insanları, düşünürler, din adamları, politika üreticileri ve kanun koyucular kendi bakış açılarıyla "çocuk"a yeni ve kendi alanlarından tanımlamalar getirmeye çalışmıştır. Tarihin farklı dönemlerine bakıldığı zaman, çocuğa ait tanım ve kavramlar değişerek bugünkü hâlini almıştır. Bu da çocukluk kavramının toplumsal bir kavram olup diğer toplumsal yapılar gibi dinamik bir şekilde geliştiğini ve değiştiğini göstermektedir.

Çocuk ve çocukluğun tanımına ilişkin yaklaşımlar ve çalışmalar, dünyada nispeten yeni olmakla birlikte ülkemizde de belki son on yılda ivme kazanarak farklı disiplinden akademisyenlerin ilgi odağı olmuştur. Ancak çocuk ve çocukluk üzerine yapılan çalışmaların ülkemizde ne yazık ki hâlâ yeterli boyutlara ulaşamadığı görülmektedir.

1.1.1. Çocuk

Toplumsal yaşam içerisinde, insanların birbirlerine karşı olan tutumlarının her toplumda farklılık gösterdiği gibi çocukluk olgusunun da kültürel bir yönü olduğu dolayısıyla çocuğu tanımlayacak genel bir tanımın yapılamayacağı ifade

edilmektedir.[1] Çünkü yapılacak her tanım çocuğun toplumdaki konumu ve hukuk önündeki durumu belirleyecektir. Günümüzde kabul gören tanımlar ise bu kaygılar gözetilerek yapılmıştır.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü (2020) gerçek anlamıyla çocuğu, "Küçük yaştaki erkek veya kız; soy bakımından oğul veya kız, evlat; bebeklik ile erginlik arasındaki gelişme döneminde bulunan oğlan veya kız, uşak" ifadeleriyle tanımlamaktadır. Tanımlar, çocukluğun nerede başlayıp nerede bittiği hakkında kısmen de olsa bir sınırlama getirmektedir.

Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin 1. maddesinde çocuk şu şekilde tanımlanmıştır: "Bu Sözleşme uyarınca çocuğa uygulanabilecek olan kanuna göre daha erken yaşta reşit olma durumu hariç, on sekiz yaşına kadar her insan çocuk sayılır."[2] Sözleşme, çocukluğun bitişini reşit olma durumu yani on sekiz yaş olarak belirlemiştir. Türkiye de dâhil olmak üzere toplam 196 ülkenin de taraf olduğu sözleşme, en fazla ülkenin onayladığı insan hakları belgesi olarak kabul edilmektedir. Dünyadaki hâkim çocukluk tanımı, sözleşmenin 1. maddesi uyarınca yapılmaktadır. Ülkemizde de Türk Ceza Kanunu (TCK), Birleşmiş Milletler (BM) Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin çocuk tanımını kabul etmiştir.

Zor ve önemli bir iş olan çocuk kavramının tanımlanması yapılırken bu tanımın biyolojik ve sosyolojik bilgilere dayanılarak mı yoksa pozitif hukuka göre mi yapılacağının önemli olduğu bildirilmektedir.[3] BM'nin 1989 yılında yaptığı bu genel

[1] Duygu Öktem, "Türkiye'deki Çocuk Adalet Sisteminin Yönetimi ve Yaş Ayrımcılığına İlişkin Paradigmanın İncelenmesi", *Türkiye'de Çocuk Adalet Sisteminin Yönetimi*, Uluslararası Çocuk Merkezi Yayınları, Ankara, 2012, s. 5.

[2] https://www.unicef.org/turkey/%C3%A7ocuk-haklar%C4%B1na-dair-s%C3%B6zle%C5%9Fme (05.02.2021)

[3] A. Nezih Kök, "Çocuk Mahkemeleri Mevzuatı ve Adli Tıp", *II. Ulusal Çocuk ve Suç Sempozyumu-Yargı Öncesi ve Yargılama Süreci Bildiriler,* Türkiye'de Çocuklara Yeniden Özgürlük Vakfı, Ankara, 2003, s. 92.

tanımın yanında, farklı disiplinlere göre daha özel anlamlarıyla 'çocuk'un tanımı yapılmıştır.

Çocuğun tanımı netleştikçe, çocuğa dair bilimsel ve sosyal çalışmalar artarak devam etmektedir. Wall, çocuğa ve çocukluğa dair tarihsel ve felsefi yaklaşımları incelediği çalışmasında geçmişten günümüze varlığını ve etkisini sürdürmekte olan üç farklı yaklaşımdan söz etmektedir. Felsefi, toplumsal, ahlaki ve dinî birçok amaca hizmet etmiş olan bu tanımlamalar çocuğu insanın ilk evresi ve orijinal formu olarak ele alır ve insanın doğasına ilişkin düşünceler çocukta hayat bulur. Dolayısıyla toplumların ulaşmak zorunda oldukları yüce ve ahlaki amaçlar ve bireylerin bu amaçlar doğrultusunda birbirlerine karşı sorumlulukları da yine çocuk üzerinden gerçekleştirilmeye çalışılır.

> "Wall'a göre çocuğa olan yaklaşımlarda ilk olarak "tepeden alta" yaklaşım gelmektedir. Plato, Martin Luther, John Calvin, Immanuel Kant gibi okulöncesi eğitiminin önemini ilk olarak vurgulayan düşünürlerin yanı sıra Musevilik, Hristiyanlık ve İslam gibi tek tanrılı dinler ve içerdikleri farklı mezhepler de öğretilerinde benzer kabul ve vurguları savunmuşlardır. Diğer taraftan dinlerin, düşünürlerin, felsefeci ve din adamlarının düşüncelerinde vurguladıkları ve değindikleri konularda elbette farklılıklar vardır. Ancak ortak olan nokta çocuğa yaklaşımları, yetişkin-çocuk ilişkisinde belirleyici ve hükmedici otoritenin gerekçelendirilmesi, çocuklar için eğitimin önemini ve toplumsal düzenin ve adaletin sağlanmasındaki rolünü, ahlaki davranış ve iradeye karşın çocukların donanımlarının yetersizliğini vurguluyor olmalarıdır. Bu yaklaşıma göre insan doğası idaresi zor ve usdışıdır ve çocukluktan itibaren yüksek ahlaki kuralların empoze edilmesine ihtiyaç vardır. Dolayısıyla çocukluk ahlaki bozukluk ve çarpıklık içerir ve çocuğa özenli ve dikkatli disiplin uygulanması gerekir. Bu bakış açısına göre bireyin davranışında toplum belirleyici bir güçtür ve ulaşılmak istenen yüce ve ahlaki topluma ve toplumsal düzene, çocuğa el koyarak ve onu kendine benzeterek ulaşmak mümkündür. Bu doğrultuda çocuk toplumda tamamen edilgen bir role sahiptir; yeterli ve katkıda bulunabilecek bir üye hâline gelebilmesi için eğitilmesi gerekir."[4]

Bu yaklaşıma göre çocuklar, otoriteler tarafından kendi doğrularına göre eğitilmek isterler. Bu da çocuğun yeteneklerini, sosyal becerilerini ve ilgi alanlarını hiçe sayarak tek tip eğitim modelinin ortaya çıkmasına sebep olur. Çocuklar kendilerine uygun olmayan eğitim modellerinde, kendilerini gerçekleştiremeden

[4] John Wall, *Ethics in Light of Childhood* 'dan aktaran Zeynep Berna Erdiller-Yatmaz, Ersoy Erdemir, Fetiye Erbil, "Çocuk ve Çocukluk: Okulöncesi Öğretmen Adayları Anlatıyor", *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi,* Cilt 6, Sayı:3, 2018, s. 287.

yetişkin olurlar. Bu tür yaklaşıma sahip toplumlarda zaten çocuğun kendisini gerçekleştirmesi beklenmez, otoriteye itaat etmeleri kâfidir.

> "Yine Wall'a göre bir diğer yaklaşım "alttan tepeye" yaklaşımıdır ve bir öncekinin aksine insan doğası ve dolayısıyla çocuk zafiyet içermez. Aksine saflığı, sadeliği ve doğayla uyumu yansıtır; çocuklar iyiliğinin göstergeleridirler ve takdir edilmeli, özenle yetişmelerine imkân verilmeli ve kollanmalıdırlar. Böylelikle çocukların kendi doğalarında sahip oldukları cevheri dışa vurmaları ve bozulmuş toplumları kurtarabilecek potansiyellerini koruyabilmeleri mümkün olur. Bu yaklaşım tek tanrılı dinlerden Musevilik, Yeni Ahit, ilk Hristiyanlık (3.ve 4. yüzyıllarda) ve İslamiyet'te ve Jon Amos Comenius, Jean Jack Rousseau ve modern Protestanlığın kurucusu Friedrich Schleiermacher'ın düşüncelerinde hayat bulmaktadır. Bu bakış açısı aynı zamanda çocukluğun kendine has ve farklı doğasının altını çizmesi nedeniyle 1970'li yıllarda başlayan çocukluk araştırmalarının ve üçüncü bakış açısı olan gelişimsel bakış açısının da alt yapısını oluşturmuştur."[5]

Wall'ın ortaya koyduğu ikinci çocuk tanımı, çocuğun masumiyeti ve iyiliği üzerinedir. Böylelikle bu yaklaşıma sahip toplumlarda çocuk, terbiye edilmesi gereken bir gruptan ziyade, korunup kollanması gereken bir gruba dönüşür. İlk tanıma göre daha insani ve daha çocuğun doğasına uygun bu yaklaşımda, çocukların her birinin potansiyelinin dışarı çıkarılması amaçlanmıştır. Çocuğu bir yönüyle de kahramanlaştırmaktadır.

> "Çocuğa ve çocukluğa dair tarihsel yaklaşımlarda son bakış açısı gelişimsel bakış açısı olup, bu yaklaşıma göre amaç bireysel ve tarihsel boyutta insanın henüz oluşmakta olan kapasitesinin sosyal gelişimin öngördüğü doğrultuda ortaya çıkmasıdır. Bu yaklaşıma göre insanın doğası ne saf ne de idaresi zordur. Diğer iki yaklaşıma göre bu yaklaşımın insan doğasına bakışı tarafsızdır, dolayısıyla çocuktaki hem iyiliği hem de kötülük yapabilme kapasitesinin varlığını kabul eder. Çocukluk yetişkinlikten ayrı değerlendirilmesi gereken, kendine has özellikleri ile ayrı ve benzersiz bir dönem bir dönemdir ve bir potansiyeli işaret eder. Diğer iki yaklaşımda insanın doğası ya sorunun kendisi ya da çözümü iken; gelişimsel bakış açısında insanın doğası etik açıdan karmaşıktır ve ilişkileri yüceltecek ya da bozacak potansiyele sahiptir. Sigmund Freud, Jean Piaget, Erik Erikson ve takipçilerinin çalışmalarında hayat bulmuş olan ve çocuk gelişimi ve eğitimi alanında çığır açmış ve hâlen de hüküm sürmekte olan bu yaklaşımın çocuk ve çocukluğun tanımı açısından üzerinde durulması gereken yönü, çocukluğu yetişkinliğe geçiş süreci olarak ele alıyor olması ve çocuğun yetişkine göre tamamlanmamış bir birey olduğunu kabul ediyor."[6]

İlk tanım çocuğu mutlak kötü, ikinci tanım ise çocuğu mutlak iyi olarak tarif ederken, üçüncü yaklaşım her ikisinin ortasında, çocuğu doğasına göre ele alır. Bu

[5] a.g.m., s. 287.
[6] a.g.m., s. 287.

yönüyle de daha gerçekçidir. Üçüncü tanıma göre çocukluk yetişkinlikten ayrı bir kategori olarak ele alınır ve çocuk için geliştirilecek sosyal politikalar da çocuğun çocukluğundan kaynaklanan kendisine has durum ve şartlarıyla oluşturulur.

Tüm bu tanımlar göz önüne alındığında, üçüncü yaklaşımın da etkisiyle günümüzde çocuk; yetişkinlerden ayrı tutulması gereken, toplum içerisinde bir birey olarak var olan ve kendi sosyal grubunu oluşturan kişilerdir. Doğuştan sahip oldukları hakların yanı sıra çocukluğun getirdiği haklara da sahiptirler. Bu hakların korunması yetişkinlerin sorumluluğundadır.

1.1.2. Çocukluk

Çocukluk kavramı toplumsal olarak inşa edilmiş bir kavram olarak, tanımlanması ve anlaşılması da geride bıraktığı tarihsel sürecin anlaşılmasıyla doğru orantılıdır. Çocukluk, çocuk için bile geçici bir kavramdır ancak toplumda hep vardır ve var olmaya da devam edecek yapısal bir formdur. Bu bölümde, çocukluğun tarihsel sürecine geçmeden önce çocukluk kavramına ilişkin tanımlardan bahsedilecektir.

Türk Dil Kurumu Sözlüğü (2020) gerçek anlamıyla çocukluğu, "Çocuk olma durumu, insan hayatının bebeklikle ergenlik arasındaki dönemi" olarak tanımlamaktadır. Tanımdan da anlaşılacağı üzere, çocuk bir bireyken, çocukluk birey olma durumu; çocuk bir noktayken, çocukluk bir süreç; çocuk somutken, çocukluk soyut bir kavram olarak ele alınmaktadır. O hâlde soyut bir kavramın somut bir kavrama göre tanımının yapılması ve sınırlarının çizilmesi hayli zordur. Çocukluğun tanımına yönelik çalışmalar da nispeten yeni olmakla birlikte düşünürlerin tarihin farklı dönemlerinde üzerinde tartıştıkları bir mesele olmuştur.

Genel olarak çocukluk kavramının, "olgunlaşmamış, reşit sayılmayan küçük yurttaş, bebeklik çağı ve ergenlik çağı arasındaki gelişme döneminde bulunan insan" gibi pek çok tanımı kapsadığı görülmüş ve "ailenin temel taşı", "toplumun belleği" gibi tanımlamalar içerisinde konumlandırıldığı anlaşılmıştır. Söz konusu "çocuk olmak" kavramının, çocuk kimliğine ilişkin belli bir yaş aralığı ortaya çıkarmadığı ve bir "aileye sahip olmak ya da olamamak, belli bir bilinç ile yetiştirilmek vb." gibi kavramlarla ilişkilendirildiği görülmektedir. Çocukluğun herhangi bir sabit döneme ait tek bir "evrensel deyim" olmadığı ve çocukların uzun bir dönem yetişkin olmayanlar olarak tanımladığı anlaşılmaktadır.[7]

Çocukluğu insan yaşamı içerisinde bir felaket olarak tanımlayan Aristo'ya göre, insan yaşamını tehlikeye sokabilecek her türlü zorluklar, hastalıklar, kazalar arasında çocukluk dönemi de bulunmaktadır. Aristo, davranışlarında aklı kullanmadığı için erdeme ulaşamayan çocuğun kendi hâline bırakıldığı takdirde mutsuzluk ve huzursuzluk ortaya çıkaracağını ifade eder.[8] Antik Yunan kültüründe bu bakış doğal karşılanır ve toplumun hemen hepsi aynı düşünceye sahiptir. Augustin ise çocukluğu günahkârlıkla niteler ve annesinin göğsüne saldıran bebeğin, bu davranışının günahkârlığın belirtisi olduğunu ayrıca çocukların iyiliğe olan eğilimlerinin onların zayıflığının bir göstergesi olduğunu dile getirir.[9] Bu tanımlar bize gösteriyor ki çocukluk, tarihin belli bir döneminde akıl noksanlığı, günahkârlık, zayıflık gibi çok da olumlu olmayan kavramlarla tanımlanmaya çalışılmıştır. Çocukluğun bitmesiyle insan yani yetişkin bu hastalıklı niteliklerden kurtulacaktır. Çocukluğun bu denli eksik ve hastalıklı bir konuma indirgenmesi, çocukluğu biyolojik bir sürecin dışına çıkartılarak yetişkinler tarafından niteliksiz hatta kötü nitelikli bir form olarak ele alınmasını sağlamıştır.

[7] S. Sünbül Olgundeniz, ''Televizyon Dünyasında Çocuğun Temsili: Televizyon Dizilerinde ve Reklamlarda Çocuk Kimlikleri'', Ege Üniversitesi Doktora Tezi, İzmir, 2010, s. 10
[8] Mehmet Sağlam, Nermin Aral, "Tarihsel Süreç İçerisinde Çocuk ve Çocukluk Kavramları", *Çocuk ve Medeniyet,* Sayı: 2, 2016, s. 47.
[9] a.g.m., s. 47.

Çocukluğun toplumsal bir kavram olarak ele alınması gerektiğini savunan Neil Postman, çocukluğu yetişkinlerin dünyasından kovulan çocukların kendilerine yerleşmek için buldukları yeni bir dünya olarak tanımlamaktadır. Çocukluk düşüncesinin oluşmasının, yetişkinlerin dünyasında bir değişim sonucu olduğu açıktır. Bu değişimle yeni bir yetişkinlik tanımı ortaya çıkmıştır. Yetişkinliğin tam tanımının yapılması da çocukları yetişkin dünyasından dışlayarak çocukluk fikrinin gelişmesine sebep olmuştur.[10] Aslında Postman, yetişkinliğin tanımının yapılmasının, çocukluğun tanımına olanak sağlandığını belirtmektedir. Yani, çocukluk ne olan değil ne olmayandır.

Heywood'a göre ise çocukluğun tanımı, teorik düzeyde çocuk olmanın ne anlama geldiğini anlamaktır. İşte bu nedenle çocuk, insanlık tarihinin her döneminde vardır ancak çocukluk, değişkenlik gösterebilen bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.[11] Elbette ki çocuk her zaman vardı ancak onun 'çocuk' olarak nasıl tanımlandığı, çocukluğun o toplumda nasıl algılandığıyla alakalıdır. O yüzden Antik Yunan'daki çocukluk anlayışı ile Orta Çağ'daki, modern dönemdeki çocukluk tanımı ile postmodern dönemdeki birbirinden farklıdır. Bu da çocukluk özelinde yapılacak tanımlamaların, bağlamdan koparılmadan içerisinde üretildiği kültüre göre değerlendirilmesi gerektiğini göstermektedir.

1.2. ÇOCUKLUĞUN TARİHSEL SÜRECİ

Çocuk, elbette ki insanoğluyla birlikte tarihin her döneminde var olmuştur ancak çocuğa atfedilen anlam ve çocuğun toplumdaki konumu her zaman değişmiş ve değişmeye de devam etmektedir. Çocukluğun ortaya çıkışı ve tarihsel süreç içerisindeki değişimi ile ilgili öncü çalışma Fransız toplum bilimci ve tarihçi Philippe

[10] Neil Postman, *Çocukluğun Yokoluşu*, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara, 1995, s. 33.
[11] Fulya Sormaz, Hülya Yüksel, "Değişen Çocukluk, Oyun ve Oyuncağın Endüstrileşmesi ve Tüketim Kültürü", *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 11, Sayı: 3, 2012, s. 991.

Aries tarafından yapılmıştır. 1960 yılında yayınlanan *Çocukluğun Yüzyılları (Centuries of Childhood)* isimli eserinde Aries, geçmiş zamanlardan modern zamanlara kadar çocuğun evrimini yazmıştır. Hâlâ görüşleri çocuk alanında çalışanlar tarafından referans gösterilmekte ve kabul görmektedir. Aslında Aries, çocukluğun ortaya çıkışıyla ilgili ilk hamleyi yapmıştır. Ardından, Aries'in takipçisi olarak medya teorisyeni ve kültür eleştirmeni Amerikalı Neil Postman çocuğun ve çocukluğun insanlık tarihi boyunca geçirdiği değişimleri yazarak alanda yine öncü isimlerden biri olmuştur. bu konu çalışılırken, iki öncü ismin ve onların takipçilerinin tezlerinden yola çıkarak literatür taraması gerçekleştirilmiş ve bu bölüm onların iddiaları üzerine yazılmıştır.

Çocukluğun tarihsel sürecine baktığımız zaman, çocukluk, kronolojik olarak çocukluğun olmadığı dönem ile başlıyor. Daha sonra çocukluk icat ya da keşfedilerek ortaya çıkarılıyor. Ancak tarihsel ve toplumsal farklı belirleyenlerle çocukluk yeniden yitiriliyor. Tüm bu gelişimsel süreç, Batı medeniyetinin tecrübe etmiş olduğu ve onların gerçekliklerine göre yazılmış bir tarih olarak karşımıza çıkıyor. Çalışmanın bu noktasında eksik kalan kısım, tüm verilerin Batı kaynaklı olması ve çocukluğun tarihini ve sosyolojisini bu kaynak ve veriler üzerinden okuyor ve yazıyor olmamızdır. Ancak eldeki sınırlı kaynak ile Doğu medeniyetindeki çocukluğa bakışa ve çocuğun toplumdaki yerine de değinilerek, çalışmanın tamamıyla Batı kaynaklı bir görüşten çıkartılması hedeflenmiştir. Gerek bizim toplumumuzda gerek diğer Doğu toplumlarında, çocukla ilgili çalışmalar oldukça sınırlıdır. Bu belki çocuğu henüz bir çalışma alanı olarak görmediğimizden ya da Batılı çalışmaların yeterli kaynağı sunmasından veyahut çocuğun kültürümüzde hiçbir zaman Batı'daki gibi muamele görmemiş olmasından kaynaklanıyor olabilir.

1.2.1. Çocukluğun Olmadığı Dönem

Philippe Aries'e göre tarih boyunca çocuklar hep vardı. Ancak çocukluk 16. yüzyıldan itibaren Avrupa'da yeni bir dönem olarak ortaya çıktı: Çocukluğun inşası. Peki, 16. yüzyıldan önce var olan çocuklar, yok olan çocuklukla nasıl ve nerede konumlanıyorlardı?

Antik dönemde çocuklarla ilgili tutum ve davranışlara dair çok az bilgimiz mevcuttur. Ancak günümüze kadar gelebilen kaynaklardan anlıyoruz ki, çocuk günümüzdeki anlamıyla çocuk değildir. Antik Yunan'da çocuğu tanımlayacak özel bir kelimeye de rastlanmamaktadır. Bebeklikle yetişkinlik arasında kalan tüm dönemleri kapsayan sözcükler kullanıldığı bilinmektedir. Ayrıca, resimlerin hiçbiri günümüze kadar gelmemesine rağmen Eski Yunanlıların, çocuk resimleri yapmaya değer verdiklerini söylemek mümkün görünmemektedir. O dönemden günümüze kadar sağlam kalan heykellerden hiçbirinin de bir çocuk heykeli olmadığı bilinmektedir.[12]

Yine Antik Yunan'da babanın çocuk üzerinde mutlak hâkimiyeti olduğu belirtilmektedir. Bu hâkimiyet çocuğu öldürmeye kadar giden sınırsız bir hâl almaktadır.[13] Küçük çocukları öldürme uygulamasına karşı ahlaki ya da yasal sınırlamaların olmadığı da bilinmektedir. Aristo, bu korkunç geleneğe karşı sınırlamalar koyulması gerektiğine inanmasına rağmen bu uygulamaya karşı güçlü itirazlarda bulunmamıştır.[14] Bu bilgilerden yola çıkarak eski Yunanlıların çocuk anlayışının günümüzdekinden hayli farklı olduğunu anlayabiliriz.

Antik Yunan'da bir eğitim bilincinden bahsedebiliriz. Hatta kendinden sonra gelen medeniyetlere de öncü olmuş bir eğitim modelleri mevcuttu. Ancak, çocuğu ve genci eğitilmesi gereken bir şey olarak görüyorlardı. Bu toplumda gençler, disipline

[12] N. Postman, 1995, s. 16.
[13] M. Sağlam, N. Aral, 2016, s. 47.
[14] N. Postman, 1995, s. 17.

edilmesi gereken bireylerdir ve bu amaç doğrultusunda itaatlerini sağlamak için ceza da gereklidir. Bu cezaların da oldukça acımasız oldukları bilinmektedir. Eski Yunanlıların okulla ilgilenmesi, onların çocukluk anlayışlarının çağımıza benzer yönler taşıdığını göstermez. Modern dönemlerde işkence biçiminde göz önüne alınan disiplin yöntemlerini uygulayan Spartalıları hariç tutsak bile Eski Yunanlılar, çocukların disipline edilmesi konusuna, modern insanlar tarafından normal biçimde gösterilen aynı empati ve anlayış ölçüsüyle yaklaşmadılar. Lloyd deMausse bu konuda şöyle yazmıştır: "Çocukların disipline edilme yöntemleriyle ilgili topladığım veriler on sekizinci yüzyıldan önce çocukların büyük bir oranının günümüzdeki deyimle hırpalanmış çocuklar olduğuna inandırmaktadır beni. O hâlde Platon, *Pratogaras*'da itaat etmeyen çocukların sopa kullanılarak korkutulabileceğini yazdığı zaman bu davranışın geleneksel uyarmanın daha ilkel bir çeşidi olduğuna inanabiliriz."[15]

Antik Roma'ya geçtiğimiz zaman görüyoruz ki Romalılar, Yunanlılardan okul fikrini ödünç alarak üzerine kendi bakış açıları ve kendi doğruluk yargılarıyla bir çocukluk fikri geliştirmeye çalışmışlardır. Bu konuda oldukça da başarılı oldular diyebiliriz. Postman'a göre, Romalılar yetişkinlikle çocukluğun sınırını ayıp düşüncesi ile çizdiler. "İyi geliştirilmiş bir ayıp düşüncesi olmaksızın çocukluk var olamaz" diyerek 'çocukluk' ve 'ayıp' düşüncesi arasında bağ kurdular. Yetişkinleri, çocukların önündeki arsız davranışlarına karşı uyardılar. Çocuklarla yetişkinler arasındaki cinsel sınırın korunmasını vurguladılar. Ayrıca çocukların eğitimi ve okur-yazarlığı konusunda titiz davrandılar. Böylelikle, kısmen de olsa çocuğu yetişkinden ayıran sınırlar çizilmiş oldu. Ancak Romalılardan sonra kurulmaya çalışılan bu çocukluk fikri sonraki zamanlarda tamamen çökmüştür.

Orta Çağ'da Roma'daki gibi bir okul anlayışı yoktur. Bir eğitim modeli var ancak mesleki çıraklık üzerinden yürütülen bir eğitim formu olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylelikle çocukların düzenli eğitim alabildikleri bir kurum yoktur. Ayrıca, Romalıların yetişkinler ile çocuklar arasındaki inşa ettikleri "ayıp" duvarı Orta

[15] a. g. e., s. 18-19.

Çağ'da yıkılmaktadır. Yetişkinlere ait sırlar (temelde cinsel sırlar) çocuklardan sakınılmamakta ve Orta Çağ'da 7 yaşındaki bir çocuk her yönüyle yetişkin olarak algılanmaktadır. Aynı aktivitelere katılıp yaşamlarını yetişkinlerle aynı geçiriyorlar. Orta Çağ'da çocukları küçük yetişkinler olarak gören anlayışın dönemin sanat eserlerine de yansıdığı ve o dönemde yapılan tablolarda çocukların yetişkin kıyafetleri giyinmiş bir hâlde, yetişkinlere ait yüz ifadeleri ve bazen yetişkin beden oranları ile çizildikleri ifade edilmiştir.[16] Postman da bu konuda ressam Brueghel'in *Köy Düğünü* tablosunu örnek vermektedir. Tabloda, yetişkinlerle aynı masada yemek yiyen, içki içen, oyun oynayan ve yetişkinler gibi görünen çocuklar görülmektedir.

Orta Çağ'da, çocuklar için bir eğitim düşüncesi yok, bir de ayıp düşüncesi; ikisi de yitirilmiş. Yine Postman, Orta Çağ'da okur-yazarlığın, eğitim düşüncesinin ve ayıp düşüncesinin olmaması çocukluk fikrinin olmadığını gösterir demektedir.[17] Bu tezi destekleyecek diğer bir argüman da Orta Çağ dillerine baktığımız zaman Fransızca, Almanca ve İngilizce'de 7-16 yaşları arasını tanımlayacak herhangi bir kelime bulunmamasıdır.

Tüm bu bilgiler ışığında, Orta Çağ'ın çocuklar için ideal bir dönem olmadığını söyleyebiliriz. Bu dönemde çocukların katı disiplin anlayışı ve ağır cezalar ile karşı karşıya kaldıkları, savunma amacıyla yapılmış büyük kalelerde hapsedildikleri de belirtilmektedir.[18] Orta Çağ'da çocukların durumu İlk Çağ'a kıyasla daha kötüdür ve çocuk imgesi serflik ideolojisiyle tutarlı olarak bir mal ya da köleden fazlasıdır. Serflerin çocukları hayvanlarla beraber çalışır ve yaşarlar. Disiplin katı ve serttir.[19]

Orta Çağ'da çocukluk düşüncesinin olmaması akıllara birkaç noktayı getirmektedir. Orta Çağ'da çocuk bakımı ve çocuğa dair yetişkinlerin bilgi eksikliği

[16] M. Sağlam, N. Aral, 2016, s. 48.
[17] N. Postman, 1995, s. 30.
[18] M. Sağlam, N. Aral, 2016, s. 48.
[19] Mine Tan, "Çağlar Boyunca Çocukluk", *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Cilt 22, Sayı: 1, 1989, s. 83.

vardı ve bu bilgi eksikliği belki de çocuklarını sevmelerine engel değildi ancak aileler çocuklarına nasıl davranacaklarını bilmiyorlardı. Çocuklardaki yüksek ölüm oranları da ailenin çocuğa olan bağını zayıflatıyordu. 14. yüzyılın sonuna kadar çocuklar vasiyetnamelere bile dâhil edilmezdi. Çünkü yetişkinler çocukların çok uzun süre yaşamayacaklarını düşünürlerdi. Gerçekten de bundan dolayı Avrupa'nın bazı kesimlerinde çocuklara cinsiyetsiz cinsler olarak davranılırdı. Örneğin İtalya'da ölen çocuğun cinsiyeti asla kaydedilmezdi.[20] Çocuk ölümleri çok olduğu için doğum oranları da bu anlayışla bir hayli yüksekti. Çünkü doğan çocukların belki birkaçı hayatta kalabilecekti. Çocuklar da bu kalabalık ev halkının yalnızca küçük bir parçasıydılar. Böylelikle çocuklar yetişkin yaşamından uzak tutulamıyordu. Yetişkinler ne işle meşgullerse çocuklar da aynı işlerle meşgul oluyorlardı.

Orta Çağ'da bebeklik biter yetişkinlik başlardı; bebeklik de 7 yaşına kadar devam ederdi çünkü tam anlamıyla konuşmayı 7 yaşında öğrenirdi çocuklar. Bebeklikten yetişkinliğe geçerken bir ara form olarak ne dilde, ne sosyal hayata, ne de sanatta çocukluk yoktu. Aradaki döneme kimse ihtiyaç duymuyordu. Çocuklar eğitilmiyor, 7 yaşını geçtikten sonra evlerinden uzak yerlere hizmetçilik, çıraklık gibi işlerde çalıştırılması için gönderiliyordu. Kısaca özetlemek gerekirse Orta Çağ'da çocukluk anlayışı ya da fikri yoktu. Tuchman bu konuyu şöyle özetlemektedir: "Orta Çağ dönemini modern çağdan farklılaştıran niteliklerden dolayı hiçbir şey, çocukluğa yönelik ilginin yokluğu kadar çarpıcı değildir.[21]

1.2.2. Çocukluğun Ortaya Çıkışı

Orta Çağ'ın yavaş yavaş sonuna gelinmesiyle insanlığa dair yeni fikirler ve farklı bakış açıları ortaya çıkmış özellikle eğitim konusundaki gelişmeye açık tutum Aydınlanma Çağı'nı da beraberinde getirmiştir. Eğitimin olmadığı bir devrin kapanıp

[20] N. Postman, 1995, s. 31.
[21] a.g.e., s. 42.

yerine eğitimin öncelikler listesinde ilk sırada olduğu yeni, insancıl bir dönemin açılmasında elbette ki 15. yüzyılda matbaanın bulunup, 16. yüzyılda yaygın hâle gelmesinin önemi tartışılamaz. Matbaa hem yetişkinler hem de çocuklar için yeni bir devrin eşiği olmuştur. Âdeta bir zaman makinası görevi üstlenen matbaa, geçmiş ve geleceği birbirine bağlamıştır.

Matbaayla birlikte yetişkinlik ve çocukluk arasındaki muğlak sınır belirginleşmiştir. Yaygın okuryazarlık yeni bir yetişkinlik tanımı yapmıştır: Okuma yeterliliğine dayanan yetişkinlik ve okuma yetersizliğine dayanan yeni bir çocukluk. Esasında çocuğun tanımı yapılmamış yetişkinliğin tanımı yapılarak tanımın dışında kalan grup çocuk ismini almıştır. Yani, çocukluk düşüncesinin oluşması, yetişkinlerin dünyasındaki değişim ile olmuştur. Böylelikle, okuryazarlıkla gelen yeni yetişkinlik çocuğu dışlamıştır. Çocuklar, yetişkinlerin yeni dünyasından kovulurken onlara konumlanabilecekleri ve tanımlanabilecekleri yeni bir alan inşa edilmek zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Çocukluğun dünyası da böylelikle oluşmaya başlamıştır. Ayrıca, çocukluğun dünyasının oluşumunda, çocukların diğer tüm insanlar gibi Orta Çağ'a göre daha iyi yaşam standartları kazandıkları ve çocuk ölümlerinin azalması[22] da önemli etkenlerden olmuştur.

Çocukluğun başlangıç dönemlerini ele alan J. H. Plump şöyle demektedir: "Çocuk giderek artan bir biçimde bir saygı nesnesi, yetişkin dünyasından ayrılıp korunmayı gerektiren ve farklı bir doğası olan özel bir varlık olmaya başlamıştı.[23] Çocukların yetişkinlerden ayrılıp kendi doğaları olduğunun kabul edilmesine örnek olarak ilk çocuk gelişim kitabı verilebilmektedir. İngiliz Thomas Phaire, 1544 yılında, *The Boke of Children* isimli ilk pediatri kitabını yazmıştır. Bu kitap, İngilizce yazılmış en eski tıp kitaplarından biridir. Yazar, kitapta kırk tane çocuk hastalığının vakalarla birlikte çarelerini sunmaktadır. Ayrıca kitap, faydalı tıbbi tavsiyeler de içermektedir.[24]

[22] Sevinç Güçlü, "Çocukluk ve Çocukluğun Sosyolojisi Bağlamında Çocuk Hakları", Sosyoloji Dergisi, Armağan sayısı, 2016, s. 3.
[23] a.g.e., s. 53.
[24] T. E. C, "The Boke of Children (1544) By Thomas Phaire, The First Pediatric Text Published in English", *American Academy of Pediatrics,* Sayı: 68/3, 1981, s. 182.

İngilizce yazılan ilk tıp kitaplarından birinin çocuk gelişimi üzerine yazılması dönemin çocuklara olan merak ve ilgisinin arttığını göstermektedir.

Matbaa, yeni bir yetişkinlik icat etti; kazanılan bir yetişkinlik**.** Çocuklar yetişkin olabilmek için okumayı öğrenmek zorundaydılar. Bu da ancak eğitimle mümkün olacaktır. Böylece Avrupa uygarlığı okulları yeniden icat etmiştir. Okulların yeniden icat edilmesi ve öğretmenlerin varlığı çocukluğu zorunlu kılmıştır. Göreli olarak kısa bir zaman dilimi içerisinde İngilizler, kendi toplumunu bir okullar adasına dönüştürmüştür. W. K. Jordan'ın yaptığı taramaya göre, İngiltere'de 1480 yılında 34 okul vardı. 1660 yılına gelindiğinde ise okul sayısı 444'e çıkmıştır. Her 4400 kişiye bir okul düşmektedir. Gerçekte gelişen üç tür okul vardır: Okuma-yazma ve matematik öğreten temel düzeydeki küçük okullar; matematik, kompozisyon ve hitabet öğreten serbest okullar; gençleri üniversiteye hazırlayan, onlara İngilizce gramer ve klasik dilbilim öğreten gramer okulları.[25] Okullar her iki cinsiyetten de çocuklara açık olmasına rağmen erkek çocukları çoğunluğu oluşturmaktadır.

Orta Çağ'dan farklı olarak artık bebeklik konuşma becerisi edinimi ile bitiyor, çocukluk ise okuma becerisinin edinimiyle başlamaktadır. Okulların yaygınlaşıp çocukların eğitilmeye başlanmasıyla çocukların sosyal statülerinde de oldukça radikal değişimler meydana gelmiştir. Okulların açılmasıyla farklı akran grupları ortaya çıkarak yeni bir çocukluk kültürü oluşmaya başlamıştır. Çocukların kıyafetleri değişerek artık küçük yetişkinler olarak görülmemektedir. Okullar ve eğitimle birlikte çocukların dilleri de yetişkinlerinkinden farklı bir hâl almıştır. Çocuklara isim verme geleneği Avrupa'da değişmeye başlamıştır. Yüksek çocuk ölümlerinden dolayı her kardeşe aynı isim verilirken artık aileler çocuklarına daha bireysel isimler vermeye başlamışlardır. Bunlara ek olarak, çocukların okur-yazar olmasıyla beraber kendilerine ait kitapların üretilmesi zorunluluğu ortaya çıkmış ve çocuk edebiyatının temelleri bu dönemde atılmıştır. J. W. Goethe'nin 1774 yılında Almanca ana dilinde yayımlanan *Genç Werther'in Acıları* isimli roman ilk çocuk-ergen kitabı olmuştur. Metnin

[25] N. Postman, 1995, s. 56.

yayınlandığı dönemde metnin kahramanı Werther, gençler arasında rol model olmuş ve gençler onun kıyafetlerini örnek alarak giyinmişler; ama Werther'in yaptığı gibi intihar eğilimleri artınca kitap yasaklanmıştır; ancak aynı kitap bugün bir klasik olarak okunmaktadır.[26]

Bu dönemde çocukları ve çocukluğu tanımlayıcı bir dil de geliştirilmiştir. Aries, bağımlılığın yalnız fiziksel güçsüzlükten kaynaklandığı soylu ailelerde 17. yüzyıldan itibaren "çocuk" sözcüğünün bugünkü anlamını kazanmaya başladığını yazmaktadır. 17. yüzyılın sonuna kadar çocuklar için özel oyuncakların yapıldığı, yetişkinlerin ve çocukların oyunlarının ayrıldığı, ilk çocuk giysilerinin de ortaya çıktığı görülmüştür.[27]

Çocukluğun oluşumu biçimlenmeye başlarken, modern ailenin oluşumu da şekillenmeye başlamıştır. Matbaayla birlikte çocuklar sadece okullarda değil, yayımlanan kitaplarla evde de aileleri tarafından eğitilmeye başlandı. Ailenin küçük ve önemsiz bir parçası olmaktan çıkan çocuk, bu dönemde ailenin tam da merkezine yerleşmiş, ebeveynlerinin ilgi odağı olmuştur. Tabii, bu durum orta sınıf ve üstü aileler için geçerlidir. Bu aileler paralarını çocukları için harcamaya gönüllülerdir. Rönesans'la birlikte bu kültürel ve toplumsal ortamda yavaş da olsa başlayan dönüşümün öncüsü kentli seçkinlerdir. Gelis'e göre, değişim çocuklarla ilgili yeni duyguların ortaya çıkmasından çok onun yaşamını korumak konusunda giderek artan bir kararlılığın belirmesi yönündedir. Kadere boyun eğmek yerine çocuk sağlığını korumak ve çocuğu erken ölümlerden kurtarmak için uğraşmışlardır.[28]

Postman'ın ifadesiyle, 16. yüzyıl sonlarına kadar yetişkinlikle çocukluk arasındaki 'sır' korunmuştur. Öğretmenler edepsiz kitapları yasaklamıştır. Öğrenciler arasındaki müstehcen dil iyi karşılanmamış ve cezalandırılmıştır. Orta Çağ'da

[26] Necdet Neydim, *Çocuk Edebiyatı*, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İstanbul, 2019, s. 332-333.
[27] M. Tan, 1989, s. 78.
[28] a.g.e, s. 82.

çocukların oynayabildiği kumar gibi yetişkin oyunları yine bu dönemde yasaklanmıştır. Çocuklar için görgü kuralları kitapları yaygınlaşmıştır. Esasında çocuk eğitiliyor gibi görünse de arka planında bir yetişkin eğitiminden de bahsetmemiz mümkündür. Kitap ve okul çocukluğu yaratırken modern yetişkinliği de yaratmıştır. Postman, çocukluğun Rönesans'ın en büyük ve en insani icadı olduğunu söylemektedir.

Batı medeniyetlerinde yetişkinlik tanımıyla ilişkili olarak bir çocukluk tanımı yapılmış ve çocukluğun sınırları çizilerek kurumsal bir hâl almıştır. Çocukluğun oluşması beraberinde çocukluk ve çocuk hakkında pek çok değişik fikri de getirmiştir. Kurumsallaşan çocukluk üzerine artık daha fazla konuşulur ve daha fazla fikir üretilir hâle gelinmiştir. Aydınlanma Çağı ile birlikte çocuklar artık bireyselleşerek ailenin otoritesinden çıkan yurttaşlar olarak görülmeye başlanmıştır. Çocuk masum bir varlıktır ve ailenin korumasına muhtaçtır. Bu görüş ile 17. yüzyılda çocukluk düşüncesini oluşturan iki entelektüel düşünce vardır. Birisi John Locke'nin temsil ettiği Protestan çocukluk anlayışı; diğeri Jean Jacques Rousseau'nun temsil ettiği Romantik çocukluk anlayışı. Locke'nin Orta Çağ'daki anlayışa itiraz ederek çocuk zihnini "tabularasa" yani boş bir levha olarak tanımlaması ve bu boş levhanın aileler, öğretmenler ve devlet tarafından şekillendirilmesi gerektiği yönündeki ifadeleri çocukluğa ilişkin anlayışın değişmesinde önemli bir adım olmuştur. Aynı dönemde Jean Jacques Rousseau'nun kendi kendine kararlar alabilen ve bunları uygulayan, öz saygısı yüksek, kendini ifade etme konusunda sorun yaşamayan, karşılaştığı problemleri çözebilen, davranışlarını kontrol eden, barışçıl ve kendi doğaları ile uyumlu çocuklar yetiştirilmesi yönündeki görüşleri çocuğa ilişkin bakış açısında temel bir değişime neden olmuştur.[29] Her iki görüşün de modern çocukluk paradigmasının oluşmasındaki önemli görüşler olduğunu söylememiz mümkündür.

Batı toplumlarında çocukluk hem kültürel olarak yerleşmiş hem de toplumsal bir gerçeklik hâlini almıştı. Çocuğun ailede öncelikler listesine girmesi, bu dönemde

[29] M. Sağlam, N. Aral, 2016, s. 50.

modern çekirdek ailenin de temellerini atmıştır. Aileler, bilhassa çocuk için her şey yolunda giderken büyük bir kırılma olmuş ve Batı'da Sanayi Devrimi meydana gelmiştir. Sanayileşme, çocuğu peşinden sürükleyerek itibarsızlaştırmaya başlamıştır. Fabrikalarda işçiye duyulan gereksinim ucuz işgücü olarak çocuğu öne çıkarmıştır. Özellikle yoksul ailelerden alınan çocuklar erken yaşta çalışmaya başlatılırlar. Bir yüz yıl kadar devam eden bu süreçte belirli toplumsal sınıftan gelen çocukların, çocukluklarının ellerinden alındığını söylememiz mümkündür.

Teknoloji ve bilimdeki gelişimlerle makinaların insan ihtiyacı azalmış ve ayrıca eğitimli insan ihtiyacı artmıştır. Böylece, çocuklar fabrikalardan alınıp yeniden ait oldukları yerlere, okullara verilmişlerdir. Sanayi Devrimi ile çocuklukta oluşan yarık, 19. yüzyıl ortalarında onarılmış hatta çocukların yaşam standartları eskisinden daha iyi bir hâl almıştır. Postman, "1850 -1950 arasındaki dönem, çocukluğun doruğuna ulaştığı bir dönemdir"[30] demektedir. Okullarda yerlerini alan çocuklar, kendilerine ait giyim tarzı, mobilya ve oda sahibi olmuşlardır. Kendilerine ait oyunları ve kitaplarıyla akranlarıyla beraber sosyal dünyalarını oluşturmuşlardır. Bu dönemde çocuklar yetişkinlerin dünyasına ait gerçeklerden korunmaya çalışılmış bunun için de çocuklara özel yeni yasalar çıkarılarak yetişkinlerden farklı sınıflandırılmaya başlanmışlardır. Yetişkinlerden ayrı tutulmaları da beraberinde çocukların özne olduğu bilimsel çalışmaları getirmiştir. Çocukluk bu dönemde araştırmacılar tarafından biyolojik bir kategori olarak tanımlanmaya çalışılmıştır. Ayrıca, 20. yüzyıl psikoloji çalışmaları da çocukları, yetişkinlerden ayırarak çocuk psikolojisini ayrı bir alan olarak değerlendirmeye başlanmıştır. Yani çocuk ve çocukluk üzerine yapılan çalışmaların miladı olan bu yüzyıllık süreçte, çocuklar yetersiz de olsa birtakım haklar ve özgürlüklere sahip olarak, ailelerinden ve toplumdan kıymet görerek ve gelecek refahı için eğitilerek yetiştirilmişlerdir.

[30] N. Postman, 1995, s. 89.

1.2.3. Çocukluğun Yok Oluşu

Postman, 1850 ile 1950 yılları arasını çocukluğun en iyi yaşandığı dönem olarak tanımlamaktadır. 1950 yılında televizyonların Amerikan evlerine girmesi ile çocukluğun itibarının zayıflamasını paralel olarak ele almaktadır. 20. yüzyılın ortalarına kadar, aralarda duraksamalar ya da kopuşlar olsa da çocukluk paradigması toplumsal ve tarihsel gerçekliklerle oluşturulmuş ve çocuk, olması gereken konuma yerleştirilmeye çalışılmış bu uğurda büyük oranda başarı da elde edilmiştir. Ancak televizyonun gelmesiyle çocukların korunduğu her türlü yaklaşım çocukluğun tam da ortasına bırakılmıştır.

Çocuklarla yetişkinlerin televizyonda aynı şeyleri izlemesi, yetişkinlerin dünyasına ait unsurları çocukların masum dünyalarına sokmuştur. Çocuklar ve yetişkinler televizyon sayesinde artık aynı bilgiye sahip olmuşlar ve aradaki hiyerarşik yapı çökmüştür. Bu aynı zamanda yetişkinlerin otoritesini de sarsmıştır. Çünkü medya ile günümüzde bir çocuk, bir yetişkinin sahip olduğu tüm bilgilere sahip olmuştur. Bu da çocukluk ve yetişkinlik arasındaki sınırı muğlaklaştırmıştır. Televizyon, çocukluk ile yetişkinlik arasındaki çizgiyi üç biçimde aşındırmıştır. Birinci olarak, televizyon, biçimini anlamayı sağlayacak bir eğitim gerektirmez. İkinci olarak, televizyon gerek zihinden gerekse davranışlardan karmaşık istemlerde ulunmaz. Üçüncü olarak, televizyon izleyicisini ayrıma tabi tutmaz.[31] Tüm bunlardan anlıyoruz ki, çocuklara ve yetişkinlere aynı anda iletilen bilgi yetişkinliğin de altını oyarak itibarsızlaştırmaktadır. Çocuklar artık bilgiyi yetişkinler yerine televizyondan edinmektedir. Ayrıca televizyondaki içeriğin herkes için olması çocuktaki 'ayıp' düşüncesini ortadan kaldırmıştır. Çocuğa göre ayıp, yetişkinlere güç ve otorite veriyor aynı zamanda çocuk masumiyetini koruyordu. Televizyon içeriklerinin çocuklara uygun olup olmaması meselesi tartışılana kadar tüm içeriklere maruz kalan çocuklar, masumiyetlerini de yavaş yavaş yitirmişlerdir.

[31] a.g.e., s. 104.

Bunlara ek olarak, yetişkin dünyası sadece ayıplar dünyası değil hayatın gerçeklerinin en acı hâliyle karşımıza çıktığı bir dünyadır. Bu dünyada korku, endişe, kıskançlık ve daha pek çok kötü duygu barınmaktadır. Çocukların bu dünyaya televizyon ile birlikte hızlıca girmeleri onların saf dünyalarında pek çok yeni psikolojik ve zihinsel problem oluşturmasına sebep olmuştur.

Postman, televizyonun çocuk ve yetişkin arasındaki hattı aşındırarak çocukluğun masumiyetini yitirdiğini ve böylelikle çocukluğu yok ettiğini savunmaktadır. Bunu da televizyon reklamları ile ilişkilendirmektedir. Geleneksel çocukluk modelinin televizyondan kayboluşu, en canlı biçimde reklamlardan gözlenebilmektedir.[32] Televizyonlarda ve reklam özelinde çocuklar yetişkinleştirilerek ekranlara getirilmektedir. Yetişkin gibi giyinen, yetişkin gibi konuşan ve hatta yetişkin tüketim alışkanlıklarına sahip çocuklar ilk olarak televizyonlarda karşımıza çıkmışlardır. Eğer televizyonun içeriğine yakından bakılacak olursa sadece yetişkinleştirilmiş çocuğun doğuşu değil, çocuklaştırılmış yetişkinin doğuşu da kesin kanıtlarla bulunabilmektedir.[33]

Televizyonla birlikte artık çocuklarla yetişkinler aynı kelimelerle konuşuyor, aynı kıyafetleri giyiyor, aynı içerikleri tüketiyor ve olaylara aynı şekilde tepki veriyorlardır. Belki Orta Çağ'daki gibi çocukluk yitirilmiştir ancak yetişkinlik de aynı yerinde durmamaktadır. Televizyon çağında üç kesim vardır: Bir uçta bebeklik, diğerinde ihtiyarlık ve bu ikisinin ortasında yetişkin-çocuk diyebileceğimiz kesim.[34] Böylelikle televizyon çocuklara kaldıramayacakları ve hak etmedikleri bir dünya, yetişkinlere de ihmal edilmiş, mantıksal tutarlılıktan uzak, entelektüel ve duygusal kapasitelerini gerçekleştiremedikleri bir hayat sunmaktadır.

[32] a.g.e., s. 157.
[33] a.g.e., s. 161.
[34] a.g.e., s. 128.

Postman'ın tezini ortaya attığı dönem (1995), geleneksel medyanın toplumsal etkilerinin gözlemleneceği bir dönemdir. Medyanın dönüşmesiyle birlikte bu çalışmada eksik kalacağı düşünülen noktaların tamamlanması planlanmaktadır. İçinde olduğumuz dönem itibarıyla dijital medyanın tam da ortasında bulunmaktayız. Etkilerini belki gelecek yıllarda daha iyi çözümlenebilecektir ancak bugünden de baktığımızda dijital medya ve çocuk ilişkisi oldukça aleni bir şekilde karşımızda durmaktadır. İnternetin evlerimize girmesi ve herkes tarafından kolayca erişim sağlanabilmesinden sonra çağın en büyük takipçisi gençler ve çocuklar tüm meraklarıyla internete yöneldiler. Ve bildiğimiz üzere internet televizyondan farklı olarak her türlü bilgiyi herhangi bir filtreden geçirmeden erişime sunmaktadır. Çocukların televizyondan edindikleri bilgiler ile internetten edindikleri kıyaslandığında, internetteki bilgilerin daha hızlı aktığı ve sayıca çokluğu dikkat çekmektedir. Ayrıca televizyon evin salonunda tüm ailenin izlemesine açıkken, internet şu anda her çocuğun cebinde bireysel kullanıma uygun olarak geliştirilmiştir. Bu da denetimsiz ortamlarda çocuğun kontrolsüz bir şekilde bilgiye ulaşabileceğini ve istismara daha açık hâle gelebileceğini göstermektedir.

Çocuklar artık televizyonlarda onlar için hazırlanmış içeriklerle yetinmemekte dijital medyanın her türlü imkânından faydalanarak dünyanın diğer ucunda üretilen içeriğe de kolaylıkla ulaşabilmektedir. Ayrıca farklı içerik üretme platformlarından kendi kanallarını açarak kendi içeriklerini kendileri üretiyorlar hatta içeriğin ta kendisi oluyorlar. Çocukların bu konuda çok ısrarcı olmalarının en büyük sebebi ise internetteki farklı platformların oldukça yüksek maddi gelirler sunmalarıdır. Tıklanma sayılarına göre para kazanan çocuklar, günümüzde en kolay para kazanma aracı olarak -önlerindeki örneklerden de- medyayı tanımışlardır. Hem ülkemizde hem de dünyada bu işi profesyonel olarak yapan pek çok çocuk bulunmaktadır. Örneğin, *Ryan's World* (Ryan'ın Dünyası) isimli Youtube kanalı ilk olarak 2015 yılında 4 yaşındaki Ryan Kaji isimli bir çocuğa annesi tarafından açılmıştır. Ryan, Youtube kanalında çektiği videolar ile çok büyük bir izleyici kitlesine sahip olmuş ve yıllardır platformun en çok kazananı olmuştur. 2019 yılında 22,9 milyon takipçisi olan "Ryan's World" adlı hesabın sahibi Ryan, geçen yıl da 22 milyon dolarlık geliriyle Forbes dergisinin en çok

kazananlar listesinde ilk sırada yer almıştır.[35] Yine 2020 yılında da 9 yaşındaki Ryan Kaji, sadece 2020 yılında 29.5 milyon dolar gelir elde ederek platformun en çok kazananı oldu. Ryan's World kanalı 12 milyardan fazla izlenme almıştır.[36] Yılın en çok kazanan kişisinin bir çocuk olması ve kazandığı bu parayı dijital medyadan kazanması çocuk ve medya çalışmaları için oldukça ilgi çekicidir. Ancak henüz 4 yaşındayken video çekmeye ve para kazanmaya başlayan çocuk, yetişkin prototipine göre hareket etmektedir. Çünkü kimse bir çocuktan para kazanmasını beklememektedir. Çocukları mesaili bir şekilde çalıştırarak içerik üretmeye zorlayan anne ve babaların da videoları yine dijital medyada yerlerini almaktadır. Hâl böyleyken çocukluklarını yaşayamayan ve çocuklukları elinden alan çocuklardan mı bahsetmeliyiz yoksa çocukluğu bu şekilde tanımlayan ve içerisinde olduğu durumdan mutlu olan çocuklarla, çocukluğun yeniden tanımlanması gerektiğinden mi bahsetmeliyiz?

Geleneksel medya çağında televizyon ve televizyonun getirdiği kültürle çocukluk yok oldu ancak dijital medya çağında internetin etkisiyle çocuk ve çocukluğu yitirdik söylemine devam etmenin bu gerçeklikten kaçış olduğu düşünülmektedir. Görüldüğü üzere, televizyonla, yetişkin enformasyonunun gizli bahçesine giren çocukların, çocukluk bahçesinden kovulması ile internet onlara yerleşebilecekleri yeni bir dünya sunmuştur. Bu da çocukluk tanımının güncellenmesi gerektiğine işaret etmektedir. Tarihsel süreçlerde her zaman farklı konumlanan ve tanımlanan çocuk, değişim geçirmeye devam etmektedir. Çocukluk yitik bir şekilde varlığını sürdürmemekte, evrilerek yeniden toplumsal bir gerçeklik olarak ortaya çıkmaktadır.

[35] https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-50851909 (19.12.2020)
[36] https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/9-yasindaki-ryan-kaji-29-5-milyon-dolar-kazandi-youtubeun-en-cok-kazananı,56CkCB2YQkCb8-1GvIWI3Q (19.12.2020)

1.2.4. Şark Toplumlarında Çocuk

Antik Yunan'dan başlatılan çocukluğun tarihsel süreçteki değişimi yalnızca Batı toplumları üzerinden değerlendirilmiştir. Bu konudaki yetersiz kaynaklar Şark toplumlarındaki çocuk ve çocukluk hakkında çok az bilgi içermektedir. Var olan bu bilgiler ışığında gerek kendi toplumumuz da gerek diğer Şark medeniyetlerinde çocuğun ne şekilde ele alındığı ve tarihsel, kültürel ve sosyal dönüşüm içerisinde konumunun nasıl belirlendiği hakkında bilgi verilecektir.

İslam dünyasında çocuğa bakış Hristiyan toplumlarınkinden temelde tamamen farklıdır. Hristiyanların inancına göre, 'ilk günah' düşüncesi ile her çocuk içerisinde bir kötülükle doğar ve dolayısıyla çocukların masum olduğu inanışı yoktur. Her çocuk günahkâr doğmaktadır. Böylelikle çocuk, üzerinde otorite kurulması gereken hatta doğuştan sahip olduğu günahların defedilmesi için cezalandırılması, terbiye edilmesi ve ehlileştirilmesi gereken bir varlık olarak görülmüştür. Batı toplumlarındaki çocukluğun olmadığı dönemde de çocuklar için okulların açıldığı dönemde de altta yatan temel prensip, çocukların terbiye edilmesi gerektiğidir; dönemlere göre yöntemler farklılık göstermiştir. Ancak İslam'da çocuklar doğuştan tamamen masum ve günahsızlardır. Hatta çocukluk dönemi boyunca dinî bir sorumlulukları dahi yoktur. İslam inancının temelinde çocuklar, anne ve babalarına emanet edilmişlerdir. Anne ve baba, çocuğunu psikolojik, fizyolojik ve ahlaki olarak düzgün bir şekilde yetiştirmekle sorumludur. Hatta çocuklarına anlamı güzel isimler koymak bile İslam inancında anne babanın sorumlulukları arasındadır.

İki inanç çocuklara temelde farklı yaklaşırken, tarihsel süreç içerisinde iki medeniyette çocuğun konumu ve çocukluğa olan tutum elbette ki farklı olacaktır. Yalnızca İslamiyet'in etkisiyle değil, Türk toplumunda çocuğun konumu her zaman yerini korumuştur. İslamiyet'ten önceki Türk toplumlarında çocukların önemsendiği, özellikle erkek çocukların eğitimi olmak üzere çocuk eğitimine özel bir önem verildiği, Dede Korkut Hikâyelerinde de çocukların eğitiminin önemine vurgu yapıldığı ve

babanın çocuk üzerinde sonsuz bir velayet hakkının bulunmadığı bildirilmektedir.[37] Ayrıca İslamiyet öncesi Türk toplumlarında çocuğun eğitimi de oldukça önemliydi. Ancak bu eğitim çocuğu günahlarından arındırmak ve itaatini sağlamak için değil, düzgün bireyler olarak yetişmelerini sağlamak içindi. Eğitim ilk olarak ailede başlardı. Dede Korkut'ta aile içi eğitimin önemi ile ilgili şu söz önemli bir yer tutmaktadır: "Kız anadan görmeyince öğüt almaz, oğul atadan görmeyince sufra çekmez. Oğul atanun yetiridür, iki gözinün biridir. Devletli oğul kopsa ocağınun közidür"[38] Yani çocuk eğitiminin temeline yetişkinlerin örnek davranışlarını alan Türk toplumunda, rol model eğitim sitemi ile sadece çocukları değil yetişkinleri de ömür boyu sürecek bir eğitim mekanizmasının içerisine sokmaktadır.

Orta Çağ'da Türk- İslam toplumunun Avrupa'dan farklı bir bakış açısıyla, çocuklara özel bir önem verdiği ve iyi insanlar olarak eğitilmeleri gerektiği fikrinin ön planda olduğu bilinmektedir. İlk yedi yaşta masumiyetlerinin öne çıktığı ve bu dönemde her türlü kötü muameleden korunmaları gerektiği, çocuklara değer vererek onlarla olumlu ilişki kurulması gerektiği, bunun yanında çocuk üzerinde ailenin özellikle de babanın belirgin bir otoritesinin bulunduğu da ifade edilmektedir.[39]

Türklerin çocuğa bakışı İslamiyet'le birlikte birtakım değişikliklere uğramış olsa da temeldeki anlayış değişmemiştir. Bütün geleneksel toplumlarda olduğu gibi çocuğa verilecek ilk eğitim dinî eğitimdir. Her dinî topluluk da bu eğitimi kendisi vermektedir. 19. ve 20. yüzyılın modern veya modernleşen devleti, eğitimi düzenlemeyi; model yurttaşı yaratmak ve tebaayı denetleyip sevk etmek için gerekli görmüştür. Bunu sağlamak için de birtakım yöntemler geliştirmiştir. Nitekim Osmanlı'nın bu ilk tahsil kurumları bizim edebiyatımızda Ahmed Rasim ve Hüseyin Rahmi'den başlayarak birçok yazarın kaleminde işlenmiş bilhassa falakanın dehşeti vurgulanmıştır. Çocuklara uygulanan şiddet hoş görülebilir bir davranış değildir. Ancak 1578 yılında ülkemize gelen Protestan papazı Salomon Schweigger bizim

[37] M. Sağlam, N. Aral, 2016, s. 48.
[38] Muharrem Ergin, *Dede Korkut Kitabı*, TDK Yayınları, Ankara, 1989, s. 74.
[39] M. Sağlam, N. Aral, 2016, s. 48.

okullardaki cezalandırma yöntemini pek hafif ve insanî bularak bu okullar için "şefkatli hoca ve uyumlu gençlik" tasvirini kullanmış ve kendi sistemini eleştirmiştir: "İlk dereceli olarak kurulan okullarda erkek çocuklar eğitilip okuma yazma öğretilir. Bunlardan Constantinopel şehrinde diğer, şehirlerde de olduğu gibi çok vardır. Burada okul öğretmeni olmak isteyen herkes öğreticidir. Bu iş için ayrılan yer okul binaları değildir. Bilakis öğretmenin evi neredeyse orası okuldur. Zengin kimselerin çocukları için evlerinde hususi hocaları vardır."[40]

10. yüzyılda Farabi, çocuklardaki bireysel farklara işaret etmiş zihinsel eğitimin önemini vurgulamıştır. Farabi'nin bu yaklaşımı dönemin çocukluk anlayışını anlamamıza yardımcı olacaktır. Aynı dönemde İbn-i Sina da çocukta ruh ve beden sağlığına dikkat çekmiş ve onlara sevgi ile yaklaşılması gerektiğini öğütlemiştir. Gazali ise çocuk eğitimindeki bazı tekniklerden bahsetmiş ve çocuk açısından oyunun önemini vurgulamıştır. Tüm bu yaklaşımlar günümüzdeki çocuğa olan tutum ve davranışlardan çok da farklı değildir.[41]

Aynı dönemlerde Yusuf Has Hacib'in Kutadgu Bilig'inde çocuk ve eğitim konularının geniş yer tuttuğu, İbn-i Tufayl'in *Hay İbn-i Yakzhan* isimli eserinde bir çocuğun büyüme sürecini felsefi olarak ele aldığı, Yunus Emre, Hacı Bektaşi Veli, Mevlâna ve Nasreddin Hoca'nın Anadolu'da, Şeyh Saadi'nin de İran'da çocuk ve çocuğun eğitimi konularını farklı biçimlerde ele aldıkları da ifade edilmektedir.[42]

Yukarıdaki bilgiler bize gösteriyor ki, Şark toplumlarında bilhassa İslamiyet'in etkisiyle çocuk, korunması ve iyi bir insan olarak yetiştirilmesi gereken bir grup olarak ele alınmaktadır. İslam peygamberi Hazreti Muhammed'in de çocuklar hakkındaki hadisleri ve uygulamaları, Müslümanların peygamberlerini örnek alarak kendi

[40] İlhan Aksoy, "Türklerde Aile ve Çocuk Eğitimi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt 4, Sayı: 16, 2011.
[41] Haluk Yavuzer, *Çocuk Psikolojisi*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2003, s. 16-20.
[42] Rauf İnan, "Dünyada Çocuk Yılı ve Eğitimde Çocuğa Görelik" den aktaran: Sağlam, N. Aral, 2016, s. 49.

çocuklarına ve toplumdaki diğer çocuklara verdikleri kıymeti açıklamaktadır. Şark toplumlarında çocuğa verilen kıymet yalnızca toplumsal farkındalık düzeyinde kalmamış, ilmi ve edebi çalışmalarda da yer almıştır.

1.3.MODERNLEŞME VE ÇOCUKLUK

İlk olarak 16. yüzyılda kullanılan modern kelimesi ilerleme, çağdaşlaşma ve toplumsal kültür değişimini tanımlamak için kullanılmıştır. Modernite kavramı ise 18. yüzyılda bir dünya görüşünü açıklamak için kullanılmaya başlanmıştır.[43]

Esasında modern çocukluk düşüncesinin oluşması modern ulus devletlerin politikaları ile yakından ilişkilidir. Foucault'a göre modern toplumlar bir kontrol, bir disiplin toplumudur. Toplumlar bozuk olanı düzeltmek için üyelerini denetlemek ve bozukluklara müdahale etmek zorundadır. Böylece ulus devletlerin halkını eğitici ve düzeltici bir görevi vardır. Onların halktan istedikleri, devletine bağlı iyi vatandaşlar olmalarıdır.[44] Ulus devletlerle birlikte vatandaşın tanımı yeniden yapılmış ve vatandaşa yeni sorumluluklar yüklenmiştir. Çocuklar, hükûmetler açısından geleceğin vatandaşları olarak siyasi bir önem kazanmışlardır. Vatandaşla devlet arasında tanımlanan karşılıklı görev, sorumluluk ve bağlılık ilişkisi içinde, devlet nezdinde ebeveynler, çocukları yani vatandaşları yetiştirmekten sorumlu hâle gelmişlerdir. Yakın tarihte gelişen çocukluk anlayışımızın temelindeki önemli dinamiklerden birisi budur. Ancak, bu dinamik, kapitalist ve ataerkil yapılar gibi var olan iktidar ilişkilerinden azade değildir.[45]

[43] Özlem Aydogmuş Ördem, *Çocukluk Sosyolojisi*, Çizgi Kitabevi Yayınları, İstanbul, 2020, s. 37.
[44] Michel Foucault, *Power (The Essential Works of Foucault, 1954-1984)*, New Press, New York, 2001.
[45] Emrah Akbaş, Rayhan Atasü Topçuoğlu, "Modern Çocukluk Paradigmasının Oluşumu- Eleştirel Bir Değerlendirme", *Toplum ve Sosyal Hizmet*, Cilt 20, Sayı:1, 2009, s. 99.

Modernist projede çocuklar çalışabilir, kapitalizm tarafından kullanılabilir, savaşmaya gönderilebilir, köle olarak çalıştırılabilir ve savaş olduğunda çocuk hakları gözetilmeden bu hakları askıya alınabilir.[46] Ancak yine de onlardan iyi vatandaşlar olması beklenir. Modernist paradigmanın çocuklardan yalnızca beklentileri vardır. Modern çocukluk paradigmasını aynı zamanda modern yetişkin paradigması kabul eden Postman aslında haksız değildir.

Tüm bu olumsuz tabloya rağmen modern dönemde çocuklar için doğru giden bazı çalışmalar da vardı. İnal'a göre modern çocukluk düşüncesinin temelinde iki önemli öğenin yatmaktadır: Burjuvazi ve bilim. Burjuva ailesinin oluşumuyla birlikte, çocuk özel ilgi, duygusal yaklaşım, rasyonel eğitim ve disiplinli bir hayat temposu içinde yeniden tanımlanmış ve giderek çocukluk ayrı ve özel bir yaşam evresi olarak tanımlanmaya başlamıştır. Çocuklar, bu dönemden sonra bilimsel akımların da dikkatini çekerek hümanist bir projenin/mücadelenin yapı taşları olarak dikkate alınmıştır.[47] Aslında çocukluğun tarihsel süreci üzerine yapılan incelemeler, bütün sosyal sınıflardan çocukları kapsamamakta yalnızca burjuva ailelerin çocukları üzerinden keşfedilen bir çocukluğu ele almaktadır.

Modern dönemlerden önce tüm çocukların aynı gelişim sürecine, aynı dil becerisine aynı doğaya sahip olduğu iddia ediliyordu. Ancak modernizmle bilimin öne çıkması, bilimin odağına her canlı gibi çocukları da aldı. Modern dönemin bilim insanları çocukların fiziksel, psikolojik ve sosyal gelişimlerini takip ederek yeni modeller ortaya çıkararak yeni modern bir çocukluk tanımı yapabileceklerini savundular. Bu dönemde açıkça söyleyebiliriz ki çocuklar, modernist paradigmanın laboratuvarları hâline geldiler.

Hem bilimin, hem devletin, hem de ailelerin odağında olan çocuk bir hamur parçası gibi otoriter güçlerin şekillendirmesiyle geleceğe hazırlanıyor, yeni bilinç ve

[46] Ö. Aydoğmuş Ördem, 2020, s. 33.
[47] E. Akbaş, R. Atasü Topçuoğlu, 2009, s. 98.

sorumluluklar kazanıyordu. Çocukları geleceğe hazırlanma sürecindeki en etkili araç ise okullardı. Okullaşmanın başlaması da modern çocukluğun başlamasının en önemli sebeplerinden biri olmuştur. Okuldan önce modern devlet aile reisiyle bir sözleşme yapmayı tercih etmiştir. Ailenin başı hesap veren konumundadır. Çocuğun disiplininden aile reisi sorumludur. Bu sayede aile politik alanda bir aktör hâline gelmiştir. Aile bağı olmayanlar ise (serseriler, dilenciler, vs.) hayırsever örgütlenmeler sayesinde "aksiyoner" olmaktan çıkarılıp kontrol altına alınmaktadır. Kurallara uymayan ya da kuraldışı kalan çocukların cezalandırılmalarında ise devlet yardımcı olmaktadır.[48] Buradaki temel amaç modern devlete risk oluşturabilecek her faktörün ortadan kaldırılmasıdır. Çocuğun okullarla disipline edilmesi de ileride devletine iyi vatandaş olarak yetiştirilmelerinden kaynaklanmaktadır. İyi (ideal) vatandaşın tanımı, her dönemin kendi iç dinamiklerine göre değişmektedir.

Bu sorunun cevabına ileride değinilecektir ancak modern çocukluk düşüncesinin günümüz çocukluk düşüncesinin temelini oluşturduğunu söyleyebiliriz. O dönemde üretilen çocuk politikaları ve bilimsel keşifler (etik olup olmaması tartışılır), günümüz dünyasındaki yeni çocuk ve çocukluk tanımının yapılmasında önemli etkiye sahiptir.

1.3.1. Türk Modernleşmesinde Çocukluk Kavramı

Türk modernleşmesi, Osmanlı ve Cumhuriyet modernleşmesi olarak birbiriyle ilintili iki başlık altında ele alabileceğimiz, başlı başına ayrı bir tez konusudur. Türk modernleşmesine dair bizim çalışmamıza yardımcı olacak bilgilerin verilmesi bu başlık açısından daha verimli olacaktır.

[48] J. Donzelot, *The Policing of Families*' den aktaran: E. Akbaş, R. Atasü Topçuoğlu, 2009, s. 100.

Modernizm, Batı medeniyetinde Sanayi Devrimi, Aydınlanma Dönemi, Rönesans ve Reform süzgecinden geçerek, halkın da talebiyle ortaya çıkmış yeni bir ideolojidir. Modernizmin Batı'da ortaya çıkışı içerisinde bulunduğu bağlamla birlikte doğal bir süreç olarak değerlendirilebilir. Ancak Türk modernleşmesine baktığımız zaman, Batı'nın yaşadığı kültürel ve siyasal devrimlerin yaşanmadığı ancak Modernizm ile tanışıldığı bir süreçten bahsetmek mümkündür.

Modernitenin tam anlamıyla Osmanlı'ya 19. yüzyılda geldiğini düşünürsek, modern çocukluğun da temelinin yine bu yüzyılda atıldığını söyleyebiliriz. Modernizmin Batı'dan alınması öncelikli olarak devletin üst kademesindeki bürokratlar için bir 'Batı hayranlığı' olarak nitelendirilebilirken daha sonra devletin kendi iradesiyle siyasi ve kültürel bir modernleşme, dönüşme sürecini başlatmıştır.

Bir toplumda kültür ögesi olarak bilimsel yöntemlerin aktarılması ve bu yöntemlerin yerleşip devam etmesi toplumda bunları işleyecek olan ekonomik ve kültürel bir çevrenin varlığına bağlıdır. Osmanlı toplumunda pozitif bilim yöntemleri yeterince gelişmemiş, sosyal ve ekonomik hayata yansımamış ve bir teknolojiye dönüşmemişti.[49] Böylelikle Osmanlı modernleşmesi halk ile devlet arasında bir yarılmayı da beraberinde getirmiştir diyebiliriz. Osmanlı modernleşmesinin öncüleri, 'kutsal devlet anlayışı'ndan beslenen bürokratlar olmuştur. Faydacı bir bakış açısıyla hareket eden bürokratlara göre, devletin bekasını sağlayacaksa batılılaşma izlenmesi gereken zorunlu yoldur. Osmanlı seçkinleri ve bürokratlar modernleşmeye devleti kurtarma işlevini yüklemişler, bu nedenle modernleşme öncelikle devlet kurumlarına yönelik olarak biçimlenmiştir. Osmanlı modernleşmesi toplumu dönüştürmeye değil devleti dönüştürmeye yönelik bir projedir ve bu durum onu Cumhuriyet modernleşmesinden ayıran en önemli özelliktir.[50]

[49] Halil İnalcık, *Türklük Müslümanlık ve Osmanlı Mirası*, Kırmızı Yayınları, İstanbul, 2014, s. 230.
[50] İbrahim Gerçik, "Türk Modernleşmesi: Düşmanına Âşık Olmak, *Muhafazakar Düşünce Dergisi*, Cilt 16, Sayı: 57, 2019, s. 154-155.

Cumhuriyet modernleşmesinin bürokratik seçkinleri ise modernleşmeyi; felsefi düzlemde rasyonelleşme, ekonomik düzlemde sanayileşme, siyasal düzlemde bireyin daha fazla özerkleşmesini sağlayan liberalizm ve demokrasi olarak algılamadılar. Onlar "modernleşme" ve "ilerleme" olgularını ekonomik, sosyal ve siyasi ilerlemeden daha çok kültürel bir değişim, bir zihniyet dönüşümü olarak gördüler.[51]

Tüm bu kültürel ve siyasi dönüşüm süreci içerisinde 'çocuk' nerede konumlanmıştır? Batı modernleşmesini Türk modernleşmesinden ayıran pek çok nokta olmasının yanı sıra devletin yani otoriterin halktan beklentisi noktasında ortak bir tutum sergilerler. Devlet kutsaldır, halk da bu kutsala kendini adamalıdır. Birey, 'iyi vatandaş' olarak devletinin ondan beklediği sadakat ve özveriyi sonuna kadar göstermelidir. Çocuklar da bu uğurda ideal vatandaş olarak eğitilmeli ve terbiye edilmelidirler. Batı'da olduğu gibi bizde de çocukların ideale göre yetiştirilmeleri için en önemli araç okullar olmuştur. Bu dönemde pek çok yeni eğitim merkezi açılmış kız çocukları dahi bu okullarda eğitim almaya başlamışlardır.

Osmanlı aydınları, Batı tarzı modernleşme ile çocuk konusunda birçok çeviri yapmış ve çocukluk olgusunu romanlar, gazeteler ve dergiler aracılığı ile topluma tanıtmışlardır. Fakat yine de geleneğin ve din öğretilerinin baskın olması modern çocukluk sosyolojisini ortaya çıkaramamıştır.[52]

19. yüzyılda Osmanlı'da çocuk çalışmalarına başlandığını, çocuklar için hazırlanan gazete ve dergilerden anlayabiliriz. Özellikle, dönemin çocukluk anlayışına dair bilgi alabilmek için en uzun süreli Osmanlı çocuk dergisi olan *Çocuklara Mahsus Gazete*'ye bakmakta fayda olacaktır. *Çocuklara Mahsus Gazete*, yayın hayatına: "Zükûr ve inâs, etfal-i vatanın tezhib-i ahlakına ve tevsî-i malumatına hâdim olarak şimdilik haftada bir çıkar ve her şeyden bahseder Osmanlı gazetesidir." takdimiyle 21

[51] Kemal Karpat, *Türk Siyasi Tarihi*, Timaş Yayınları, İstanbul, 2014, s. 38.
[52] Ö. Aydoğmuş Ördem, 2020, s. 42.

Mayıs 1896 günü başlamış, son sayısını 13 Ağustos 1908'de çıkarmıştır.[53] Dergideki yazıların hemen hemen hepsi çeviri metinlerdir. Dergide hayal ürünü olmayan gerçekçi metin ve resimlerle birlikte bilimsel yazılar da yer almaktadır. Bu da çocukları Batı modernizmi ile tanıştırmak ve o ilkelere göre yetiştirmekteki önemli araçlardan biri olmuştur.

Türk modernleşmesindeki çocukluk algısı ve çocuktan beklentiler üzerine sağlıklı bilgi alacağımız diğer bir alan da romanlardır. Çünkü Tanzimat dönemi romanları modernleşme konusunda önemli ipuçları vermekte, didaktik bir dille hem yetişkinlere hem çocuklara ideal vatandaş olmayı öğretmektedir. Bu dönemin romanlarında çocuklar babasız, anneleriyle yetişirler. Jale Parla, *Babalar ve Oğullar*[54] kitabında bu durumu otorite eksikliği ile ilişkilendirir. Yani otorite olmadan yetişen çocuklar, ideal vatandaş kavramından uzaklaşarak ahlaki yozlaşmalarla dolu bir hayata sürüklenebilirler. Örneğin Ahmet Mithat'ın *Felatun Bey ve Rakım Efendi*[55] kitabında, çocukluğundan başlayarak inşa ettiği karakterin modern ideal vatandaş olduğunu görmekteyiz. Roman bize bu çocuğun nasıl yaşayıp nasıl terbiye edileceğini ve kendini nasıl yetiştirmesi gerektiğini idealize edilen karakter üzerinden aktarır. İdeal karakterin (ideal vatandaşın) karşısında da kötü örnek yer alır; Batı kültürü etkisi ve özentisiyle yetişmiş ve hayatını o şekilde sürdüren çocuk, Felatun. Bu çocukla roman boyunca alay edilir ve çeşitli rezil durumlara sokulur. Roman sonunda da Osmanlı kültürünü ve devlet ideolojisini takip etmediği için cezalandırılır. Bu ve diğer Tanzimat romanları çoğunlukla, ideal vatandaş ile karşıtı üzerine kurgulanmıştır. Çocukların da daha iyi bir ömür sürmeleri için gereken tüm bilgiler -devletin ideallerine göre- romanlarda didaktik bir şekilde verilmiştir.

Osmanlı'da özellikle Tanzimat döneminden itibaren çocuğun devlet ve toplum tarafından koruma altına alınması modernleşme sürecinde olumlu olarak görülmüş ve

[53] S. Küçük, "İlk Türkçe Çocuk Dergileri ve Çocuklara Mahsus Gazete", *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi,* Sayı: 24, 2010, s. 229.
[54] Jale Parla*, Babalar ve Oğullar*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2018.
[55] Ahmet Mithat Efendi, *Felatun Bey ile Rakım Efendi*, Dergah Yayınları, İstanbul, 2020.

çocuğun belli ölçüde bağımsızlığını kazanması açısından da yeni bir paradigma olmuştur. Ailenin en öncelikli amacı iyi vatandaşlar yetiştirmek olmuştur ve bu da ideal anne-baba ve ideal çocuk anlamına gelmiştir. Yeni kurulan Cumhuriyet döneminin geleneksel imajı ise yeni ve modern bir çocuk tasarımına yönelik olmuştur. Okullardaki eğitimin asıl amacı yurttaşlık eğitiminin verilmesidir. Modernleşme sürecinde değişim için en önemli basamak eğitim olmuştur.[56]

Modernizm her coğrafyada çocuğu kendi idealizmine göre yetiştirmiş ve onları ideal vatandaş yapmak için eğitmiştir. Her devletin ideal vatandaş tanımı farklı olsa da modernizmle birlikte çocuklar ideolojik olarak devletin politikalarına göre terbiye edilmeye başlanmıştır. Türk modernleşmesinde ise, devletine bağlı, sadık, kendisinden çok devletin çıkarlarını ve etrafındakileri düşünen, üreten, toplumsal değerleri yetişkinlere dahi hatırlatan, hiçbir zaman kültürel değerlerden vazgeçmeyen 'kutsal çocukluk' tipi geliştirilmiş ve çocuklar bu şekilde yetişmeleri için dönemin medyası ile yönlendirilmişlerdir.

1.3.2. Modern Çocuğa Karşı Postmodern Çocuk

Modern ulus devletlerin gelişimiyle paralel olarak gelişen modern çocukluk, modern ulus devletlerin çözülmesiyle yerinin postmodern çocukluğa bırakmıştır. 20. yüzyılın ortalarında ortaya çıkan postmodernizm, modern düşünceye ait temel kavramları sorunsallaştırmış ve bu kavramlara yeni tanımlamalar getirmiştir. Postmodern çocukluk düşüncesi de bu bağlamda modern çocukluğun eleştirisi ya da alternatifi olarak günümüzdeki şeklini almıştır. Yani 19. yüzyılın modern çocuğu, 20. yüzyılda postmodern çocuğa dönüştürülmüş ve artık yeni bir çocukluk modeli ortaya çıkmıştır.

[56] Ö. Aydoğmuş Ördem, 2020, s. 45-46.

19. yüzyılın başından beri çocuğu korumaya yönelik pek çok adım atılmıştır. Örneğin I. Dünya Savaşı sonrası çocukların ihtiyaçlarının giderilmesi için Çocuklar İçin Ulusal Yardım Örgütü kurulmuştur. Bu örgüt daha sonra Uluslararası Çocuk Refahı Birliği adını alarak, Milletler Cemiyetinde Cenevre Çocuk Hakları Beyannamesi'nin 1924'te kabul edilmesinde öncü olmuştur. Çocukların haklarını korumaya yönelik atılan adımlardan bir diğeri ise 1959 yılında Birleşmiş Milletlerde kabul edilen Çocuk Hakları Bildirgesi'dir. Ardından 1979 yılının Uluslararası Çocuk Yılı ilan edilmesi çocukları korumaya yönelik çalışmaları hızlandırmıştır. Bu çalışmalardan en önemlisi ise daha önce bahsettiğimiz Çocuk Hakları Sözleşmesi, Birleşmiş Milletler tarafından 1989 yılında Amerika Birleşik Devletleri haricindeki tüm ülkeler tarafından imzalanarak kabul edilmiştir.

Çocuk Hakları Sözleşmesi'nin kabulü ile de yeni inşa edilmeye başlanan postmodern çocuk, yasal haklarla koruma altına alınmaya çalışılmıştır. Ancak mevcut durum ne yazık ki amaçlandığı gibi bir hedefe varamamıştır. 19. yüzyıldan itibaren tartışmaların nesnesi hâline gelen çocukların 20. yüzyılda görünürde elde ettiği pek çok hakla birlikte tam bir tüketim "nesne"si olmaktan kurtulamadığı, dünyanın dört bir yanında çocukların suça, fuhşa, sokaklara, dokuma tezgahlarına itilmekten kurtulamadığı vurgulanmaktadır.[57] Yani yasal metinler, kültürel ve sosyal değişimlerin hızına yetişememiş 'çocuk' konusunda çağın gerisinde kalmaktan kurtulamamışlardır. Akbaş ve Topçuoğlu bu süreci şu şekilde ifade etmişlerdir:

> "Modern çocukluk paradigması, bugünün çocukluğunu şekillendiren bir süreçtir. Yirminci yüzyılın çocuk hakları hareketi, kökünü modern çocukluk paradigmasından almaktadır. Ancak, modern çocukluk paradigmasının ortaya çıkışı ve Çocuk Hakları Sözleşmesi ile devam eden süreç, iddia edildiği ve arzulandığı gibi çocuk merkezli ve çocuğun katılımını hedefleyen bir süreç olmaktan uzaktır. Dahası, modern çocukluk anlayışı tektipleştirici bir işlev görmüş, çoğullukları göz ardı etmiştir. Ayrıca çocuk hareketi içinde çocukların sesinin duyulmaması kritik bir noktadır. Çocuk hareketi esasen büyüklerin hareketidir ve hâlâ bu niteliğinin ötesine geçebilmiş değildir. Dolayısıyla, çocuk söylemi içinde bugün hâlâ çocuğun bir nesne olarak kalması, yani özne olamaması durumu söz konusudur."[58]

[57] M. Sağlam, N. Aral, 2016, s. 52.
[58] E. Akbaş, R. Atasü Topçuoğlu, 2009, s. 101.

Postmodern çocuğun inşasındaki en önemli sebeplerden biri şüphesiz ki 1950'lerde televizyonun Amerikan evlerine girmesidir. Televizyon kültürünün oluşmasıyla hem çocuklar hem de toplumdaki çocukluk anlayışı doğrudan etkilenmiştir. Televizyonun evlere girmesiyle popüler kültür oluşmuştur. Popüler kültür de çocukları yetişkinlerin dünyasına sokarak yeni bir çocukluk modeli geliştirmiştir.

Postman'a göre televizyon, yetişkinlik ile çocukluk arasındaki sınırı aşındırmıştır. Yetişkinliğe ait sırlar ortadan kalkmış, televizyon ile çocuklar da yetişkinlerin dünyasına ait sırlara vâkıf olabilmişlerdir böylece yetişkinliğin otoritesi de sarsılmıştır. Ayrıca, Postman'a göre televizyon çocukluk ile yetişkinlik arasındaki çizgiyi üç şekilde aşındırır; birincisi, televizyonu anlamak için eğitim gerekmez. İkincisi, televizyon zihinden ve davranışlardan karmaşık istemlerde bulunmaz ve üçüncüsü ise televizyon izleyiciyi ayrıma tabi tutmaz.[59] Yani televizyonda her şey herkes içindir. Çocuk ve yetişkin ayırımı yoktur. Böyle bir ayrıma gereksinim duyulmaz. Oluşan bu yeni medya kitap ve gazeteden farklı olarak, herkese eş zamanlı olarak aynı enformasyonu iletir. Böylelikle çocukluk ve yetişkinlik birbiri içerisine geçmiştir.

Televizyonun yavaş yavaş kurguladığı yeni çocuk, "modern çocuk"tan uzaklaşarak dönemin sunduklarına cevap vermeye başlamıştır. Modern toplumda kapitalizm neoliberal politikalar ve küreselleşme ile tüketici olarak çocuk imgesini ortaya çıkarmıştır. Televizyon içerikleri çocukları tüketim konusunda eğiterek, yönlendirerek, onların sürekli ve daha çok satın almaları, iyi bir tüketici olmaları konusunda eğitmektedir. Düşünen sorgulayan, bilen bir çocuk imgesi üretmek yerine, sürekli tüketen, satın alan ve bundan tatmin olmayan tüketici bir çocuk yaratılmıştır. Çocuk kültürü, tüketim kültürünün parçası olarak inşa edilmekte; giyimden kitaplara, oyuncaklardan oyun mekânlarına kadar her şey endüstriyel sistem tarafından üretilmektedir. Tüketici çocuk ve çocuk kültürünün üretilmesinde birçok medya

[59] N. Postman, 1995, s.102.

program içeriği rol oynarken, bunlar içerisinde reklamlar, dizi filmler, çizgi filmler ve bilgisayar oyunları önemli bir role sahiptir. Bu programlar üzerinden medya popüler ve hayalî kahramanlar üreterek satış ve pazarlama faaliyetlerinde kullanır. Çizgi filmler, dizi filmler ve sanal oyun karakterleri aracılığıyla çocuğun tüketim alışkanlığı ve ürünlere sahip olma isteği değişebilmekte, çocuğun tüketim beklentileri, çocuğun oyuncaklara olan bağımlılığı ve tutkusu artabilmektedir. Bu program içeriklerinin aldatıcı ve yanıltıcı mesajlarından çocuklar etkilenebilmekte bu da onların fiziksel, düşünsel ve duygusal gelişimini olumsuz yönde etkileyebilmektedir.[60]

Ülkemizde, televizyonun hayatlarımıza girmesiyle yaşadığımız dönem, modern çocukluğun yıkılarak yerine yeniden kurulan postmodern çocukluluk dönemidir. İnternetin hayatlarına girmesiyle de bambaşka bir çocukluk inşası başlamıştır. Bu konuya çok fazla değinilmeden bu bölüm televizyon ile sınırlı tutulacaktır.

Artık yeni bir çocukluk tanımı ve dolayısıyla yeni bir çocukla karşı karşıyayız. Philippe Aries'ın *Çocukluğun Yüzyılları* adlı ünlü eserinde vurguladığı çocukluğun yeniçağın oluşturduğu bir inşa olduğu anlayışı yeni çocukluk paradigmasının oluşumuna yol açmıştır. Çocukluk sosyolojisinin yeni paradigmasının temel özellikleri şöyledir: İlk olarak, çocukluk sosyal bir inşadır. İnsan gruplarının ne doğal ne de evrensel bir özelliğidir. Çocukluk, toplumların spesifik yapısal ve kültürel bir ögesidir. İkinci olarak, çocukluk sosyal analiz değişkenidir. Sınıf, toplumsal cinsiyet ya da etnisite gibi diğer değişkenlerden tamamen ayrılamaz. Karşılaştırmalı analizler çocukluğun tekil ve evrensel bir fenomen olmaktan çok çeşitliliğini ortaya çıkarır. Üçüncü olarak, çocukların sosyal ilişkileri ve kültürleri, yetişkinlerin çıkarları ve bakış açılarından bağımsız olarak kendileri için çalışılmaya değerdir. Dördüncü olarak, çocuklar aktiftir ve kendi sosyal hayatlarını, sosyal çevrelerini ve yaşadıkları toplumu belirleyen ve inşa eden aktif bireyler olarak görülmelidirler. Ve son olarak, etnografi

[60] Mehmet Tahir Karaboğa, "Medya çağında Çocuk ve Çocukluk Kültürü- Şiddet ve Tüketim Kültürünün Yansımaları", *Uluslararası Çocuk Edebiyatı ve Eğitim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 2, Sayı: 2, 2018, s. 2.

çocukluk çalışmalarında özellikle yararlı bir metodolojidir. Nicel araştırmalara göre çocukların sosyolojik veri üretimine katılmalarına olanak tanır.[61]

Tüm bunlardan yola çıkarak diyebiliriz ki ulus devletler tarafından inşa edilen modern çocuk, devletine bağlı, kendisinden çok devletin çıkarlarını ve etrafındakileri düşünen, üreten, toplumsal değerlere saygılı, yetişkinlere dahi yol gösterici olan, hiçbir zaman toplumsal değerlerden vazgeçmeyen 'kutsal çocuk' olarak karşımıza çıkarken; postmodern çocuk, modern çocuğun sorumlulukları ve görevlerinin yok sayarak, inşa edilen modern çocuğu televizyonun da yardımı ile yıkmıştır. Ortaya çıkan bu yeni çocuk, benmerkezci, rekabetçi, toplumsal değerleri koruma gibi bir sorumluluğu olmayan, yetişkinlerin dünyasına girmiş, tüketen ve daima talep eden bir form almıştır. Kemal İnal, postmodern çocuğa örnek olarak *Çocuklar Duymasın* dizisindeki "Havuç" lakaplı çocuk karakteri örnek göstermektedir. Karakterin, ailesinden devamlı maddi talepleri vardır. Bu talepler de cep telefonu gibi popüler kültürün ortaya çıkardığı ihtiyaçlar içerisinde yer alan nesnelerdir. Ayrıca bencil ve herhangi bir şey üretmekten uzak tüketici bir karakterdir. Toplumsal değerlerle alakası yoktur ve içerisinde bulunduğu kültürün gerekliliklerine de cevap vermemektedir. Gündeminde karşı cinsi etkileme gibi yetişkinlerin dünyasına ait fikirler vardır. Postmodern çocuk, modern çocuktan farklı olarak yetişkinlerin dünyasının perdesini aralamıştır. Bu da postmodern çocuğun masumiyetini elinden alarak yetişkinlerle aynı kuşağa yerleştirmiştir.

[61] Sevinç Güçlü, "Çocukluk ve Çocukluğun Sosyolojisi Bağlamında Çocuk Hakları", *Sosyoloji Dergisi*, Armağan Sayısı, 2016, s. 7-8.

İKİNCİ BÖLÜM

MEDYA ve ÇOCUK

2.1. MEDYA VE ÇOCUK İLİŞKİSİ

Medya genel anlamıyla kitle iletişim araçlarına verilen ortak ad olarak karşımıza çıkarken daha özel anlamıyla aktarılması gereken mesaj ve bilgileri topluma ulaştırmayı amaçlayan araçlara verilen isimdir. Güven medyayı şu şekilde tanımlamıştır: "Medya bütün olarak gazete, televizyon, internet ve diğer unsurlarıyla birlikte toplumsal olanın simgesel aktarımıdır. Bu bağlamda medya var olan kültürün yeniden sunumunda önemli bir araçtır."[62] Bu noktada, medyayı daha iyi anlayabilmemiz için medya var olan kültürü yeniden mi sunar yoksa yeni bir kültür mü inşa eder sorusunun cevabını verebilmek yerinde olacaktır.

McLuhan, 1967 yılında yayımlanan, *The Medium Is the Massage* isimli eserinde yine medyanın kendisini bir mesaj olarak tanımlar. O hâlde, medyayı elinde bulunduran güç, kitlelere dilediği mesajı aktarmakta muktedirdir. Böylelikle yukarıdaki sorunun cevabı olarak, medyayı elinde bulunduran güç, var olan kültürü yeniden sunmak isterse yeniden sunar, yeni bir kültür inşa etmek isterse yeni bir kültür inşa eder diyebiliriz. Althusser de bu bağlamda medyayı ideolojik bir aygıt olarak tanımlamaktadır. Hâkim sınıf medya üzerinde hüküm sürer ve medya üzerinde hükmü devam ettiği sürece, iktidar olarak kalabilecektir.[63] Althusser, hâkim sınıf ile devlete

[62] Selahattin Güven, *Medyada Çocuk ve Toplumsal Dönüşüm*, Orient Yayınları, Ankara, 2015, s. 34.
[63] Louis Althusser, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, (Çev. Alp Tümertekin), İthaki Yayınları, İstanbul, 2017, s. 49.

atıfta bulunmuştur. Böylelikle devlet, medyayı en önemli ideolojik araçlarından biri olarak görür ve amaçları doğrultusunda kullanır.

Medya, devletlerin mesajlarını iletmek için kullandıkları önemli bir ideolojik araçken medyanın her türüne maruz kalan çocuklar bu ideolojinin tam da ortasında konumlanmaktadırlar. Daha önce bahsettiğimiz gibi, modernizmle birlikte devletler kendi ideolojilerine ve ideal vatandaş tanımlarına göre çocukları okullarda eğitmişlerdir. Medyanın her eve girmesi ve toplumun her kesiminde ulaşılabilir hâle gelmesiyle iktidarlar da egemen ideolojiyi çocuklara iletirken medyayı kullanmaktan kaçınmamıştır. Otoriteler için bu oldukça akıllıca bir seçim olmuştur çünkü medya çocuklar için oldukça ulaşılabilir bir bilgi kaynağıdır.

Çocuklar medyayı en az yetişkinler kadar kullanmakta; medyaya en az yetişkinler kadar maruz kalmaktadır. Her dönemin çocuğunun da kendine ait bir medyası mevcuttur. Bir görsel medya aracı olarak televizyonun ülkemizde 70'li yıllarda ilk defa evlere girişiyle birlikte, yetişkinlerin ve çocukların hayatına televizyon aynı anda girmiştir. Günümüzde ise medya, çocukların hayatlarına doğdukları andan itibaren dâhil olmaktadır. Hatta şimdiki çocuklar, medyayı yetişkinlerden daha farklı amaçlar için kullanmakta hatta ebeveynlerine yeni gelişmeleri öğretmektedir.

2.1.1. Çocuk Gelişim Dönemleri ve Medya Kullanımı

Medya ve çocuk kavramlarını beraber düşündüğümüz zaman, karşımıza kendi içerisinde çok katmanlı, çok tanımlı ve çok bileşenli yeni bir kavram çıkıyor. Çocuğun medya ile ilişkisini anlayabilmemiz için çocuğun gelişim evrelerine ve bu evrelerdeki fiziksel, sosyal ve zihinsel gelişimlerine bakmak zorundayız. Çocuğun gelişim dönemleri genel olarak doğumdan sonraki ilk 2 yıl bebeklik, 3-6 yaş ilk çocukluk

(oyun), ilkokul yıllarını kapsayan 7-11 yaş ikinci çocukluk , 12-18 yaş ergenlik dönemi olarak kabul edilir.[64]

Piaget ise çocuğun bilişsel gelişimini 4 evrede inceler, bunlar; Duyusal-motor dönemi, işlem öncesi dönem, somut işlemler dönemi ve soyut işlemler dönemidir. Duyusal-motor dönemi (0-2 Yaş), adını bebeğin sahip olduğu duyu organlarından kol ve bacaklarını, başını hareket ettirmesinden alır. Bebek bu dönemde kendini dış dünyadan ayrı bir varlık olarak algılayamaz bu nedenle kendi dışındaki nesnelerin deviniminden habersizdir. İşlem öncesi dönemde (2-7 yaş) işlemler, çocuğun fiziksel olarak yapmadan önce zihnen, akıl yoluyla kabul ettiği faaliyetler bütününün içselleştirilmesidir. Aynı zamanda mantık ilkelerini ve kesin kuralları üst derecede kendine uydurma ve organize etmedir. Somut işlemler döneminde (7-11 yaş) ise çocuklar sayı kavramlarını, ilişkileri, süreçleri ve benzerlerini geliştirir. Zihinsel olarak problemleri düşünme yeteneğini geliştirir, ama soyut değil her zaman somut objeler ifadesinde düşünürler. Onlar büyük ölçüde kuralları anlama yeteneğini geliştirirler. Son olarak, soyut işlemler döneminde (12 yaş ve üzeri) çocuk özellikle ergenlik dönemini olduğu için kendi düşüncelerinin ve söylediklerinin en doğru olduğunu, herkesin kendisiyle uğraştığını ve onu takip ettiğini, kimseye yaranamadığını düşünür. Bu dönem, çocuğun yetişkin gibi problem çözdüğü ya da yeni karşılaşılan durumlarda yetişkine eş değer kararlar aldığı anlamına gelmez. Bu, tam olarak, onun yetişkine benzer bir düşünme sürecine girdiğini ifade eder.[65] Bu bilgiler ışığında, bu başlık altında çocuğun gelişimsel dönemlerinde medya kullanımlarına ilişkin dünyadaki ve ülkemizdeki çalışmalardan örnekler verilecektir.

Bebeklik döneminde medya kullanımı oldukça tartışmalı bir konudur. Ancak, günümüzde gerek televizyonda gerekse internette, bebekler için üretilen içeriklerin bir sektör olarak pastadaki payını unutmamak gerek. Eğitimciler ve uzmanlar çocuğu korumak için bebeklik döneminde medyaya birtakım kısıtlamalar getirmişlerdir.

[64] https://www.cadempsikoloji.com/makale/3-cocuk-gelisim-donemleri (05.02.2021)
[65] Suat Kol, "Erken Çocuklukta Bilişsel Gelişim ve Dil Gelişimi", *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* Cilt 21, 2011, s. 4-6.

ABD'de Amerikan Pediatri Akademisi bebeklik döneminde televizyon seyredilmesini onaylamamaktadır. Aynı şekilde Fransa bebekleri hedef alan programların kaldırılmasına yönelik birtakım girişimlerde bulunmuştur. Yine de bu müdahale ve önerilere karşın, Amerika'daki son tarihli veriler 1 yaşın altındaki ortalama çocuğun günde neredeyse 1 saat televizyon yayınına maruz kaldığını ve hatta bu oranın artarak 2 yaşa gelindiğinde günlük 2 saate yaklaştığını göstermektedir. Yine araştırmalar göstermektedir ki Amerika'da 1971 yılında çocukların televizyon izlemeye başladığı ortalama yaş yaklaşık 4 iken, günümüzde bu yaş düşerek 4 aya inmiştir.[66] Son dönemlerde Türkiye'de bu konuda güncel herhangi bir çalışma yapılmadığı için ülkemizde bebeklik çağındaki çocukların ekran karşısında ne kadar süre geçirdiğine dair bilgimiz bulunmamaktadır. Ancak 2015 yılında yapılan bir araştırma, bebeklik dönemindeki 3-24 ay arası çocukların sadece %35,2'sinin televizyon izlemediği, %42,2'sinin 2 saate kadar, %22,5'inin 2 saat ve üzeri televizyon izlediği saptanmıştır.[67]

Erken çocukluk (ilk çocukluk) dönemi ise hayal ile gerçekliğin henüz ayırt edilemediği dönemdir. Medya kullanım raporlarına göre, Amerika'daki 3 ile 6 yaş arasındaki çocukların günde neredeyse 3 saatleri medyaya maruz kalarak geçmektedir. Bu süreye 30 dakika ile artık video oyunları da dâhil olmuştur.[68] 2015 yılında 3-60 ay arası çocuklarla yapılan bir araştırmaya göre ülkemizde bu yaş aralığındaki çocukların ortalama 2.08 saat televizyon izlediği saptanmıştır. Araştırmaya katılan çocukların %21,2'sinin hiç televizyon izlemediği, %31'inin günde 2 saate kadar, %47,7'sinin 2 saat ve üzeri televizyon izlediği saptanmıştır. Ayrıca, 25-60 ay arası çocukların %69'unun 2 saat ve üzeri televizyon izlediği tespit edilmiştir.[69] Türkiye'de erken çocukluk dönemindeki çocukların medya kullanım süreleri ile ilgili güncel bir çalışma

[66] Jessica Taylor Piotrowski, Helen G. M. Vossen, Patti M. Valkenburg, "Medya Ve Çocuk Gelişimi", *Türkiye'de Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı 2*, (Çev. Ayşe Aksakal), (Ed. Hakan Toker) Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul, 2013, s. 52.

[67] Sevilay Y. Akkuş, Yasemin Yılmazer, Alev Şahinöz, İclal A. Sucaklı, "3-60 Ay Arası Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıklarının İncelenmesi", *Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Cilt 1, Sayı:2, 2015, s. 359.

[68] J.T. Piotrowski, H. G. M. Vossen, P. M. Valkenburg, 2013, s. 53.

[69] S. Y. Akkuş, Y. Yılmazer, A. Şahinöz, İ. A. Sucaklı, 2015, s. 359.

olmasa da Tanyıldızı ve Karabulut, 2017-2018 eğitim yılında Elazığ il merkezinde okul öncesi eğitime devam eden 5-6 yaş grubundaki 21 okul öncesi öğrencisi ile bir araştırma yapmış ve elde edilen veriler sonucunda erken çocukluk dönemi içerisinde yer alan okul öncesi dönem çocuklarının televizyonda tercih etikleri programlar belirlenmiştir. Araştırmanın sonuca göre, okul öncesi dönem çocuklarının televizyonda en çok izledikleri programın çizgi filmler olduğu, ikinci sırada da diziler olduğu görülürken en az izlenen programın ise yarışma ve belgesel programları olduğu sonucu elde edilmiştir.[70]

Orta dönem çocukluk (ikinci çocukluk) döneminde çocuklar hayal ile gerçeği artık tam olarak ayırt edebilmektedir. Orta dönem çocukluktaki çocuklar daha küçük yaştaki çocuklara göre medya ile daha fazla zaman harcamaktadır. Veriler güncel olmamakla birlikte Amerika'daki çocuklar günlerinin neredeyse 4 saatini televizyon izleyerek, 1 saatini video oyunu oynayarak ve 20 dakikasını da sosyal medya sitelerinde gezinerek geçirmektedir.[71] Türkiye'de ise bu yaş grubuna dâhil çocuklarla yapılan en güncel araştırma Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından 2018 yılında 26 ilde, 99 okulda, 3 bin 29 ortaokul öğrencisinin katılımıyla gerçekleştirilen "Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması"dır. Araştırma ortaokul öğrencileriyle gerçekleştirilmiş olsa da orta dönem çocukluk evresinde bulunan 10-11 yaş grubundan çocukların verileri de ayrıca paylaşılmıştır. Araştırmanın sonucuna göre 10-11 yaş grubundan çocuklar, hafta içi 1 saat 18 dakika, hafta sonu 1 saat 41 dakika televizyon izlemektedir. Yine aynı yaş grubundan çocuklar hafta içi 1 saat 10 dakika, hafta sonu ise 1 saat 46 dakika internet kullanmaktadır.[72]

Çocukluğun gelişim evrelerinin sonuncusu olan ergenlik döneminde çocuklar fiziksel, psikolojik ve zihinsel olarak oldukça gelişir ve daha karmaşık bir şekilde

[70] Nural İmik Tanyıldızı , Nihan Karabulut, "Okul Öncesi Eğitime Devam Eden Çocukların Televizyon Programlarına Yönelik Tercihlerinin İncelenmesi", *International Journal of Humanities and Education*, Cilt 4, Sayı: 9, 2018, s. 95.
[71] J.T. Piotrowski, H. G. M. Vossen, P. M. Valkenburg, 2013, s. 54.
[72] RTÜK, "Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması", 2018, s. 98, 125.

düşünebilir ve akıl yürütebilirler. Ergenler Amerika'da günlerinin 8 saatinde herhangi bir medya mecrasını kullanırlar. 5 saat ile en fazla zamanı televizyon alırken, ergenler günde yaklaşık üç saatlerini video oyunu oynayarak ve interneti kullanarak geçirirler.[73] Türkiye'de ise RTÜK'ün yapmış olduğu "Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması"na göre ergenlik çağındaki çocuklardan 12-13 yaş grubu hafta içi 1 saat 27 dakika, hafta sonu 1 saat 52 dakika televizyon izlerken 14-17 yaş grubu hafta içi 1 saat 22 dakika hafta sonu 1 saat 46 dakika televizyon izlemektedir. Bu yaş grubundan çocukların internet kullanım sürelerine baktığımız zaman ise; 12-13 yaş grubu hafta içi 2 saat 4 dakika, hafta sonu 2 saat 43 dakika internet kullanırken 14-17 yaş grubu hafta içi 2 saat 37 dakika hafta sonu 3 saat 23 dakika internet kullandığını görüyoruz.[74] Araştırmadan anlaşılacağı üzere yaş ilerledikçe çocukların internet kullanım sürelerinin de arttığı görülmektedir.

Çocuğun gelişim dönemlerini göz önüne aldığımız zaman psikiyatrist Bengi Semerci, çocuğun dil gelişimi ve sağlıklı beyin gelişimi için 0-3 yaş arasında çocukların medya ile tanıştırılmamaları gerektiğini ve hatta tematik çocuk kanallarının, çocukların o dönemde ihtiyacı olmadığı için 0-3 yaş çocukları için içerik üretmemesi gerektiğini söylemektedir. Çünkü çocukların bu bebeklik dönemlerinde teknolojiye değil anne ve babalarının ilgilerine ihtiyacı vardır. Aile içi ilgi alaka görmeyen çocuklar alternatif olarak medyaya yönelmektedir. Ancak çizgi filmi ve diğer medya içeriklerini çocuğu ile birlikte izleyen anne-babaların medyanın sunduğu içeriği düzeltme ve müdahale etme şansı vardır. Böylelikle, çocukluğun bu döneminde, anne ve babalar teknolojiden daha fazla çocuklarını etkileme şansını elde edebilirler. Yine Semerci, araştırmaların 15 yaşından önce hiçbir çocuğun akıllı telefona ihtiyacı olmadığını gösterdiğini belirtmiştir.[75]

[73] J.T. Piotrowski, H. G. M. Vossen, P. M. Valkenburg, 2013, s. 55.
[74] RTÜK, "Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması", 2018, s. 98, 125.
[75] Bengi Semerci, "Dönüşümün Çocuk Psikolojisine Etkisi", TRT Çocuk Medyası Konferansı, 2019.

İletişimci Nilüfer Sarı ise TRT Çocuk Medyası Konferansında, çocukların gelişimsel süreci içerisindeki medya kullanımlarıyla ilgili 2011 yılında Fransız Pediatrik Derneği'nin kabul ettiği 3-6-9-12 kuralından bahsetmiştir. Kural, çocuklar arasında teknoloji kullanımını sınırlamak ya da aşamalı olarak kullanımlarını sağlamak üzerine oluşturulmuştur. Kurala göre, 3 yaşından önce çocukların duygusal olarak olgunlaşmadıkları ve kurguyu gerçeklikten ayırt edebilme becerileri gelişmediği için televizyonun bu yaştaki çocuklara bir faydası olmadığı gibi hafıza ve dil becerilerini de olumsuz etkileyecek pek çok negatif yöne de sahiptir. 6 yaşından önce çocukların zaman algısını kaybetmesine neden olabileceği için video oyunları bu yaş grubundaki çocuklar için tehlikelidir. Yine bu kurala göre 9 yaşından önce çocukların serbest internet kullanımları onların gelişimsel süreci için oldukça zararlıdır. Son olarak, 12 yaşından önce çocukların akıllı telefonlara sahip olmaları ve bu cihazlar aracılığıyla sosyal medya ağlarında gezinmeleri onların gelişimleri için uygun değildir.[76]

Ailelerin çocuklarının gelişimlerindeki her evrede medya kullanım zamanlarına ortak olmaları bu konudaki anahtar davranış biçimidir. Çocuklarını medyadan daha fazla etkileme şansına sahipken bu şansı medyanın eline vererek aslında çocuklarımızın gelişiminde geri döndürülemez sorunlara yol açan yine ebeveynler olmaktadır.

Mevcut tabloya bakıldığı zaman, Türkiye'de akademik ortamda konu hakkında yapılan araştırma ve üretilen verilerin yeterli olmadığı anlaşılmaktadır. Çocuğun medyaya katılımı güncel ve dinamik bir mesele olmasına rağmen maalesef bilimsel olarak gereken önemin verilmemesi konu ile alakalı yeterli malzeme üretilmemesine neden olmaktadır. Bu durumda da çocukların medyanın olumsuz etkilerine, siber zorbalığa ya da linç kültürüne karşı korunması mümkün görünmemektedir.

[76] Nilüfer Sarı, "Çocuk Medyası ve Okuryazarlık Üzerine", TRT Çocuk Medyası Konferansı, 2019.

2.1.2. Çocukların Gelişiminde Medyanın Etkileri

Yeni çocukluk aynı zamanda ekran kuşağıdır ve günümüzde çocuklar ekranlı evlere doğarak ekran önünde büyümektedir. Medyanın içine doğan z kuşağının medya ile sınavının, aile, eğitim sistemi, medya ve devlet olmak üzere dört sorumlusu vardır. Çünkü çocuk ve medya bileşenleri çocuğun medyayı nasıl ve niçin kullanacağından birlikte sorumludur.[77] Bu da demek oluyor ki, bu dört aktör, medyanın çocuğa olan olumlu ya da olumsuz etkilerinden yine birlikte sorumludur.

Hiçbir medya tek başına ne dost, ne de düşman ilan edilebilir. Mutlak iyi ya da mutlak kötü olarak medyayı tanımlamak, kitle iletişim araçlarından elde edilen kâr ve zarar denklemini bozmaktadır. Fransız felsefeci Marie Jose Modzain medyayı "balkon etkisi" kuramı ile şu şekilde açıklamaktadır; "Medya gösterdiği şeylerin bize gösterildiği gibi olduklarına bizi inandırırlar. İşin arkasında aygıtların, kurgunun, bir yığın zorunluluğun ve kişisel tercihlerin olduğu gizlenerek, her şey izleyicinin bir gerçekliğe katılım biçiminde gerçekleştirilir. Oysa olay yerinde olan şey, asla gördüğümüzle aynı değildir. İşte, dünyanın kendi penceresinden görüldüğü gibi olduğuna inanmamızı salık veren ve balkon etkisi olarak adlandırdığım şey tam da budur."[78] Çocukların medyaya olan ilgileri ve medyanın sürekli değişimi göz önüne alındığında medyanın balkonuna daha önce çıkan öğretmen, eğitimci, akademisyen ve ebeveynlerin endişesi yersiz değildir. Aslında, bu endişeler medyanın çocukların hayatındaki rolü üzerine seksen yılı aşkındır süren araştırmalara da ön ayak olmuştur. Ana akım araştırmalarda, yirminci yüzyılın ilk yarısından başlayarak çocukların kitle iletişim araçlarından nasıl ve ne biçimde etkilendiklerini 'etki araştırmaları' kapsamında ele alınmıştır. 1930'larda filmlerin çocuklar ve gençler üzerine etkisi araştırılırken, 40'lı yıllarda çocukların radyo dinleme alışkanlıkları üzerine

[77] Mustafa Ruhi Şirin, "Çocuk ve Medya: Eşitsizlikler Dünyası", *İletişim ve Diplomas*i, Cilt 1, Sayı: 2, 2014, s. 182.
[78] Fatih Özutku, *Sosyal Medyanın ABC'si*, Alfa Basım, İstanbul, 2014, s. 13.

araştırmalar yapılmıştır.[79] Televizyonun odak nokta olduğu 1950'lerde başlayan araştırmaların çoğu, çocuk gelişimi üzerinde medyanın olumsuz etkilerine odaklansa da, 1970'lerden itibaren, *Susam Sokağı*'nın ortaya çıkışıyla araştırmacılar medyanın çocuk gelişimini olumlu olarak da etkileyip etkilemeyeceğini de sormaya başlamıştır.[80] Ayrıca, yine bu dönemde eleştirel çalışmalar çocukluğun tarihi içindeki iletişim örüntülerine yer vermiştir. 80'li yıllarda ise bilgisayarın insan hayatına girmesiyle bilgisayar oyunları, 90'lı yıllarda ise internet araştırma konusu olmuştur.[81] Medya yıllar içerisinde değişerek ve gelişerek farklı yüzleriyle izleyiciyle buluşmuştur. Günümüzde de dijital medyanın ceplerimize kadar girmesiyle dijital medyanın etkilerine yönelik yapılan çalışmalar devam etmektedir. Bu bağlamda, bu bölümde, medyanın çocuklar üzerindeki olumu ve olumsuz etkileri nelerdir sorusunun cevabına yer verilmiştir ancak bu soruya net bir şekilde cevap vermek mümkün değildir. Günümüzde dahi araştırmacılar konu üzerinde konsensüs oluşturamamıştır. Bu bölüm için değinilecek olumlu ve olumsuz ekiler, araştırmalara dayanan ve sonuçlanmış verilerden seçilmiştir.

2.1.2.1. Medyanın Olumlu Etkileri

Medyanın çocuklar üzerine etkileri hakkındaki çalışma ve araştırmalar genelde olumsuz etkiler üzerine yoğunlaşsa da kimi araştırmacı medyanın çocuklarda pozitif gelişmelere de sebep olduğunu ve olabileceğini değerlendirmiştir. Bu bağlamda, Piotrowskı, Vossen ve Valkenburg 2013 yılında yayımladıkları makalelerinde, olumlu sosyal davranış, okula hazırlık becerileri, temel konu bilgisi, yaratıcılık ve hayal gücü konusunda medyanın çocuklar üzerindeki olumlu etkileri hakkında mevcut araştırmaları incelemişlerdir.

[79] Nurullah Terkan, *Çocuk ve Medya: Popüler Çocuk Dergilerinde Egemen Söylemlerin Kuruluşu*, Savaş Yayınevi, Ankara, 2011, s.13.
[80] J.T. Piotrowski, H. G. M. Vossen, P. M. Valkenburg, 2013, s. 56.
[81] N. Terkan, 2011, s.13.

Medyanın olumlu sosyal davranışları ekrana getirdiğinde bu tür davranış şekillerinin çocuklarda olumlu sosyal davranışlara katkı sağlayıp sağlamadığını araştıran çok fazla araştırma yapılmıştır. Yani, olumlu medya içerikleri çocuklarda olumlu davranış kalıplarına sebep olur mu sorusunun peşine düşen araştırmacılar, üç ülkede üç farklı yaş grubunda seri çalışma gerçekleştirmiştir. Çalışmada, olumlu sosyal davranış sergileyen karakterlerin yer aldığı video oyunları oynamanın kısa ve uzun vadeli olumlu sosyal davranışları artırdığı tezini destekleyen sağlam kanıtlar bulmuştur.[82] Araştırma, olumlu sosyal davranışlar gösteren medyaya maruz kalan çocukların bu tür davranışları sergilemeye meylettiklerini göstermektedir. Yani, çocuklar kendi yaş gruplarına uygun olumlu sosyal davranış kalıpları içeren karakter ve içeriklere maruz kaldıklarında, onların reel hayattaki sosyal davranışları da etkilenerek olumlu davranış kalıplarına dönüşüyor. Bu açıdan hem internetteki içerik üreticilerinde hem de televizyon dizilerinde doğru rol model karakterlerin temsiliyeti, çocukların olumlu sosyal davranış geliştirmeleri ve sergilemeleri için oldukça önemli destekleyiciler olmaktadır.

İkinci olarak, medyanın çocukları okula hazırlama konusundaki olumlu etkileri araştırılmıştır. *Susam Sokağı* adlı televizyon programının (hem programın Amerikan versiyonunda hem de uluslararası uyarlamarında) çocukların okula hazır olması üzerindeki etkisini inceleyen oldukça fazla araştırma yapılmıştır. Araştırmaların sonucunda, bu programın çocukların okula hazır olma becerileri üstünde olumlu etkilerinin olduğu ortaya çıkmıştır. Ayrıca bu program, amacını çocukları okula hazırlama üzerine kurduğunu belirtmiştir.[83] Buradan da anlaşılacağı üzere, çocukların zihinsel ya da sosyal gelişimlerini desteklemek amacıyla profesyoneller tarafından oluşturulan içerikler, mecrası fark etmeksizin çocukları o amaç doğrultusunda geliştirecektir.

Üçüncü olarak, çocuklarda medya kullanımı ile temel konu bilgisi arasındaki ilişkiler araştırılmıştır. Çocuklar için hazırlanan okuma yazma ağırlıklı programları 4

[82] a.g.m., s. 62.
[83] a.g.m., s. 63.

hafta boyunca her gün seyreden çocuklarda, önemli ölçüde okuryazarlık kazanımları sağlandığı görülmüştür. Aynı şekilde, matematik ya da fen bilimleri odaklı televizyon programları ile yapılan deneysel araştırmalarda çocukların matematik problemi çözme becerilerinde ve bilimsel kavramları tanımaları noktasında olumlu gelişmeler görülmüştür.[84] Ülkemizde de çoğunlukla tematik yayın yapan çocuk kanallarında benzer içerikler yer almaktadır. Ancak bu konunun membağı elbette ki internettir. Çocuklar farklı platformlardan derslerine yardımcı ya da kişisel meraklarına göre istedikleri seviyede içeriğe ulaşabilmektedir. Ancak mesele içeriğin varlığı ya da yokluğu değil, içeriğin temiz olup olmamasıdır. Bu noktada, eğitimciler ve ebeveynler çocukların tükettikleri içerikleri kontrol ederek ve hatta onlara faydalı içerik tavsiye ederek bu konudaki kaygılarını giderebilirler.

Dördüncü olarak, medyanın çocuğun yaratıcılığı ve hayal gücü ile ilişkisi olup olmadığı araştırılmıştır. Bu konuda çok az araştırma olmasına rağmen veriler açık bir şekilde sunulmaktadır. Araştırmalar sonucunda genel olarak medyaya maruz kalan çocukların tükettikleri içeriklerle hayal güçleri ve yaratıcılıkları olumsuz yönde etkilenmektedir ancak eğer çocuklar bunun için tasarlanan programlar izlerlerse bu defa olumlu yönde bir gelişme olmaktadır. Çocuklarda yaratıcılığı ve hayal gücünü desteklemek için yapılan bir programı iki hafta boyunca izleyen çocuklar, diğer yaşıtlarına göre daha fazla hayali olarak oyun kurmuşlardır.[85] Yine bu araştırmada çocukların psikolojik, zihinsel ve sosyal gelişimleri için özel olarak tasarlanmış yapımların medya aracı fark etmeksizin amacına hizmet ettiği görülmüştür. Bu da gelecekte çocuklar için üretilecek içerikler için umut vericidir.

Medyanın çocuklar üzerindeki olumlu etkilerine dikkat çeken Önder ve Dağal, "Olumsuz içerikli programların yanı sıra; bazı televizyon programlarının çocukta istenen sosyal davranışı geliştirme, paylaşma, yardımlaşma duygusunu aşılama, zihinsel gelişim sürecini hızlandırma, erken, etkin ve çabuk öğrenmeyi geliştirme, bilinmeyen dünyaları keşfettirme, başka insanlarla duygudaşlık kurabilme, dil

[84] a.g.m., s. 64.
[85] a.g.m, s. 65.

gelişimini hızlandırma gibi çocuğun birey olarak gelişimine büyük katkıları vardır."[86] ifadelerini kullanmaktadır.

Tüm bu olumlu etkilerin yanı sıra, günümüz çocuklarının çoğu için -internet erişimi bulunmayan çocuklar hariç- bilgiye erişimdeki eşitsizlik makası eskiye oranla oldukça azalmıştır. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nun son verilerine göre 2020 itibarıyla hanelerin %90,7'sinin evden internete erişim imkanına sahiptir. Bu oran 2010'da yaklaşık %40 iken, 2017 itibarıyla %80'e ulaşmıştır. 2019 yılında ise Türkiye'de evlerin %88,3'ünde internet erişimi bulunmaktadır.[87] Hane halkından olan çocuklar da zamanla internete, dolayısıyla bilgi kaynağına daha kolay ve hızlı olarak erişmektedir. Bu bağlamda çocuklar medyayı kullanarak ilgi alanlarına göre farklı kurslara ve derslere katılarak, evlerinde güvenli bir ortamda kendilerini geliştirme fırsatı bulabilirler. Ancak medyadaki sınırsız içerik çocukların doğru içeriğe ulaşmasının önündeki en büyük engeldir. Bu durumda ailelerin eşliğinde ve yönlendirmesiyle çocuklar okul dışı aktivitelere, sosyo-ekonomik durumu fark etmeksizin hem vakitten hem de paradan tasarruf ederek evlerinden katılabilirler.

Medyanın diğer bir olumlu etkisi de dezavantajlı grup olan engelli çocuklar üzerinedir. Eğitim ve eğlence için yeterli doküman bulamayan engelli çocuklar medyanın gelişmesi ve her türden içeriğe ev sahipliği yapmasıyla, kendilerine uygun materyallere kolaylıkla erişebilirler. Televizyonda sesli betimlemeler ve işaret dilinin yaygınlaşması ve internete yüklenen sesli kitaplar, engelli çocukların kendilerini geliştirmesinde oldukça etkili olmuştur. Bu konuda RTÜK 2019 yılında hazırladığı Sağırların, İşitme ve Görme Engellilerin Yayın Hizmetlerine Erişiminin İyileştirilmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik ile ayrıntılı altyazı, işaret dili ve sesli betimleme çeviri türlerini kullanarak engelli vatandaşların medyadan daha fazla yararlanmalarını sağlamıştır.

[86] A Önder, B. A Dağal, "Okul Öncesi Çocukların Annelerinin 'Benimle Oynar mısın?' Çocuk Programını Kalite Kriterlerine Göre Değerlendirmesi", *II.Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi*, 2006, s. 174.
[87] https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679 (25.02.2021)

Tüm bunlara ek olarak, içinden geçtiğimiz pandemi sürecinde okulların yüz yüze eğitime ara verme zorunluluğu doğmuş ve çocukların eğitimi için temel araç medya olmuştur. Medya üzerinde kurulan bir sistem ile okul ve öğretmenler, her eve girerek çocukların eğitimlerine kaldıkları yerden devam etmelerini sağlamıştır. Medyanın olağanüstü hâl dönemlerinde çocukların eğitiminin kesintisizliği için oldukça büyük bir öneme sahip olduğu anlaşılmıştır.

Medyanın çocuk gelişimdeki bir diğer olumlu ancak dolaylı etkisi de ebeveynler üzerindendir. Ebeveynler medyanın gelişmesiyle çocukları henüz dünyaya gelmeden onların sağlıklı bir gelişim süreci geçirmeleri için yemeleri gereken besinlerden, almaları gereken vitaminlere ya da çocuklarının psikolojik gelişimleri için uygulamaları gereken davranış kalıplarına kadar pek çok bilgiye ulaşmak için medyayı kullanırlar. Televizyonlardaki güncel programlar, uzmanlarla birlikte anne ve babalara öneriler sunarak yol göstermektedir. Yine internet de benzer şekilde dünyanın her yerinden her alanda uzmanın çocuk gelişimi ve sağlığı üzerine görüşüne yer vermektedir. Böylelikle çocukların zihinsel, fiziksel ve psikolojik gelişimleri dolaylı da olsa medyanın olumlu etkisinin altına ebeveynler üzerinden girmiştir.

Medyanın çocuklar üzerindeki olumlu etkisine dair bir örnek de akademisyen Serap Erdoğan'ın araştırmasıyla desteklenmektedir. Erdoğan, İngiltere'de 4 farklı okulda yaptığı araştırmada, erken çocukluk dönemindeki çocukların eğitim metotları üzerine bir inceleme yapmıştır. İncelemesinde İngiltere'deki okullarda bir medya aracı olan akıllı tahtanın eğitimde özellikle dil eğitiminde doğrudan kullanıldığını görmüş ve çocukların okuma yazma becerilerinin gelişmesinde olumlu etkileri olduğunu gözlemlemiştir. Eğitimde aktif olarak yer alan bir medya aracının organik kullanımına dikkat çekmiştir.[88] Böylelikle bir medya mecrası olan akıllı tahtalarla, çocukları hem

[88] Serap Erdoğan, "İngiltere'de Erken Çocukluk Eğitimi Bağlamında Çocuk ve Medya İzlenimleri", TRT Çocuk Medyası Konferansı, 2019.

medya ile iç içe tutarak eğitimleri için bir artı değer üretmiş hem de medyanın zararlı etkilerinden korunmuş olunmaktadır.

Son olarak, Kanada Pediatri Derneği, medyanın çocuklar ve gençler üzerindeki etkilerine dair yayımladıkları makalede, medya kullanımının olumlu etkilerine olumsuz etkiler kadar vurgu yapmışlardır. İlgili makale olumlu etkileri geleneksel medya ve dijital medya olarak ayırmıştır. Makaleye göre, televizyon güçlü bir öğretmen olabilir. *Susam Sokağı'*nı izlemek, küçük çocukların ırksal uyum, iş birliği, nezaket, basit aritmetik ve alfabe hakkında eğitici bir televizyon formatında nasıl değerli dersler öğrenebileceğinin bir örneğidir. Bazı kamu televizyon programları, hayvanat bahçesine, kütüphanelere, kitapçılara, müzelere ve diğer aktif eğlence ortamlarına ziyaretleri teşvik eder ve eğitim videoları kesinlikle güçlü toplum yanlısı eğitim araçları olarak hizmet edebilir. Buna ek olarak, ortalama bir çocuk her yıl 20.000'den fazla reklam görürken ve reklam mesajlarını ayırt edemezken reklamın çocukların davranışları üzerinde olumlu etkileri de olabilir. Örneğin, bazı alkol üreticileri, bütçelerinin %10'unu alkol ve araba kullanmanın tehlikeleri konusunda uyaran reklamlara harcıyor. Ayrıca bazı sağlık uzmanları, uygun süt kullanımının sağlığa faydaları konusunda fikir birliğine varmasalar da yazılı ve görsel reklamların bir sonucu olarak süt tüketimi artmıştır. Dijital medyaya baktığımızda ise Kanada Pediatri Derneği, bazı video oyunları ince motor becerilerin ve koordinasyonun geliştirilmesine yardımcı olabileceğine değinmektedir. İnternet ise çocuklara ve gençlere sınırsız bilgi kaynağı sunmakta, araştırma ve ödevleri için geniş bir veri tabanı sağlamakta ve eğlence kaynağı olarak işlev görmektedir. Ayrıca, çocukların eğitimciler ve öğretmenleriyle iletişimi kolaylaştırarak iletişimi hızlı ve ucuz hâle getirmektedir.[89]

Tüm bu olumlu etkilere baktığımız zaman medyanın başlı başına çocuğun üstün yararına hizmetten daha çok, medya içeriklerinin uygun kullanıldığı takdirde genel anlamda çocuk için de faydalı olacağını göstermektedir. Bu noktada, anne ve

[89] Canadian Paediatric Society, "Impact of Media Use on Children and Youth", *Paediatr Child Health*, 8(5), 2003, s. 301–306.

babaların, çocukların medya kullanımında aktif rol oynamaları, çocuklarının medyadan faydalanmaları açısından son derece önemlidir. Anne ve baba kontrolü olmadan çocukların tükettikleri içerikler, her ne kadar çocuklar için üretilse de olumlu etkisinden daha çok olumsuz etkiye neden olacaktır. Bu bağlamda medya okuryazarlığı, yalnızca çocukların aldığı bir eğitim olarak kalmamalı aynı zamanda ailelerin ve yetişkinlerin de çocukların korunması için almaları gereken önemli bir eğitim olarak görülmelidir. Aile okuryazarlığı, ülkemizde çok yeni duyulmasına rağmen ebeveynlerin doğdukları andan itibaren çocuklarının eğitim ve öğrenme yaşantılarına aktif ve bilinçli bir şekilde katılımlarını sağlamayı amaçlayan bir eğitim metodudur. Ebeveynlerin çocuklarının eğitim ve öğrenim hayatlarına bu türden aktif katılım sağlamaları geleceğin çocukluk inşasında son derece önem taşımaktadır.

2.1.2.2. Medyanın Olumsuz Etkileri

Kitle iletişim araçlarının çocuk zihinleri ve davranışları üzerine etkisi sosyal bilimciler tarafından uzun yıllardır ele alınmakta, tartışılmakta ve araştırılmaktadır. Yaygınlığı, kolay ulaşılabilirliği ve uzun yıllardır hayatlarımızda olmasından ve etkilerinin nesiller üzerinde görünür hâle gelmesinden dolayı televizyon tüm bu çalışmaların merkezindedir. Ancak günümüzde çocukların en az televizyon kadar dijital medyaya da maruz kalmaları, araştırmacıların gözlerini internet, sosyal medya ve diğer dijital platformlara çevirmelerine sebep olmuştur. Dijital medyanın hayatlarımıza girişi çok yeni olsa da, hayatlarımıza yerleşmesi ve hayatlarımızı dönüştürmesi oldukça hızla ve kalıcı bir şekilde oldu. Çocuklar da bu dönüşmüş medyanın içerisine doğarak bizim için ‘yeni’ olan dünyada kendilerine oldukça kolay yer bulabildiler. Hem geleneksel hem de dijital medyaya bir arada maruz kalan çocuklar, medyadan gelebilecek mesajlara, tehditlere ve her türlü iletiye karşı savunmasız olarak bu dünyanın içerisinde yer alıyorlar. Durum böyleyken medyanın olumsuz etkilerine karşı korunmazlarsa zihinsel, psikolojik, ahlaki ve hatta fizyolojik olarak olumsuz etkilenmeleri kaçınılmaz olmaktadır.

İlk olarak, medyanın çocuklarda sık kullanımı, çocukların sosyal ve akademik başarılarını olumsuz yönde etkilemektedir. Kanada Pediatri Derneği, medyanın çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini araştırmış ve araştırmanın sonucunda bulguları yayınlamıştır. Araştırmaya göre, medya ile vakit geçirme, çocukların oyun oynama, okuma ve konuşmayı öğrenme, akranları ve aileyle zaman geçirme, hikâye anlatma, düzenli egzersiz yapma ve diğer gerekli fiziksel, zihinsel ve sosyal becerileri geliştirme gibi hayati faaliyetler için zamanlarını sınırlamaktadır. Ayrıca daha büyük çocuklar için, medya ile fazla meşgul olma, çocukların akademik başarılarını olumsuz yönde etkilemektedir. Güncel çalışmalar, okul çağındaki çocukların günde 1 ila 2 saat gözetimsiz televizyon izlemesinin bile akademik performans, özellikle de okuma üzerinde önemli zararlı bir etkisi olduğunu göstermektedir.[90] Akademisyen Levent Erarslan ise yoğun sosyal medya kullanımı sonucunda, çocukların yüz yüze iletişim kurma, okuma-anlama ve yorumlama becerilerinde gerileme, akademik başarı düzeyinde düşme gibi problemlerle karşılaşabileceğini belirtmiş ve aynı zamanda muhakeme yetisinde gerileme, odaklanamama, dikkat eksikliği gibi sosyal medyanın hem sosyal hem de akademik başarıyı engelleyecek olası etkilerine dikkat çekmiştir.[91]

İkinci olumsuz etki olarak, araştırmacıların neredeyse hepsinin üzerinde hemfikir olduğu şiddet meselesi gelmektedir. Medya ve çocuk ilişkisine dair en fazla çalışma çocuklarda, şiddet içerikli programları izleme ile şiddet davranışı sergileme arasındaki ilişki üzerine olmuştur. Medyadaki şiddetin çocuğa olan etkileri söz konusu olduğunda bu başlığın ayrı bir tez konusu olduğunu belirtmekte fayda olacaktır. Medyanın olumsuz bir etkisi olarak şiddetin çocuklar üzerindeki kalıcı hasarları üzerine kısaca değinilecektir. Çocuklardaki şiddet eğiliminin tek sebebi elbette ki medya içerikleri değildir. Erken yaşta fiziksel ya da cinsel olarak kötüye kullanılmış, çocukluğunda aile içi şiddete tanıklık etmiş, erken ebeveyn kaybı yaşamış kişilerde şiddet davranışının arttığı bildirilmektedir. Ayrıca, ağır yoksulluğun ve aile içi sorun

[90] Canadian Paediatric Society, "Impact of Media Use on Children and Youth", *Paediatr Child Health,* 8(5), 2003, s. 302.
[91] https://www.aa.com.tr/tr/egitim/asiri-sosyal-medya-kullanimi-okulda-basariyi-dusurebilir-/907047 (10.01.2021)

varlığının şiddet ile ilişkisi bulunmaktadır.[92] Tüm bunlar çocuklarda ve çocuklarında bu durumlardan mustarip olan yetişkinlerde şiddet davranışları olarak ortaya çıkabilir ancak medya içeriklerinde maruz kalınan unsurların da etkisi azımsanmayacak oranda fazladır.

Medyada şiddet, görüntü, ses ve yazı ile ortaya çıkar. Bilindiği üzere günümüzde pek çok çocuk gününün büyük bir kısmını, geleneksel ve dijital medya araçları ile geçiriyor. Çocukların izleme alışkanlıklarına baktığımız zaman ise RTÜK'ün araştırması gösteriyor ki, çocukların yüzde 51,5'i dizileri, yüzde 41'i filmleri, yüzde 28'i ise canlı spor müsabakaları ve spor programlarını ve yüzde 11,2'si de çizgi filmleri düzenli olarak izlemektedir.[93] Medyada en fazla dizi izlemeyi tercih eden çocukların, şiddete maruz kalmaları ve etkilenmeleri kaçınılmaz bir hâle gelmektedir. Ayrıca çizgi filmler, haber bültenleri, video oyunları, internet siteleri de şiddeti üreten diğer yayın türleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Medyadaki şiddet içeriklerine maruz kalan çocuklarda hem kısa dönemde, hem de uzun dönemde farklı etkiler meydana gelmektedir. Kısa dönem maruziyet çocuklarda, fiziksel ve sözel saldırgan davranışlarda artış, saldırgan düşünce ve duygularda artış ve anksiyete gözlenirken, medyadaki şiddete uzun dönem maruz kalan çocuklarda, şiddet ve saldırganlık içeren eylem ve davranışlarında artış olduğu anlaşılmıştır. Çocukluk çağında medya şiddetine sıklıkla maruz kalındığında hayatın ileri dönemlerinde fiziksel saldırı ve eşlerini kötüye kullanımının arttığı da ayrıca gözlemlenmiştir. Kısa dönem etkiler, yetişkinlerde daha sık ortaya çıkarken; uzun dönem etkilerin ise daha çok çocuklarda ortaya çıkmaktadır.[94] Bunlara ek olarak, medya içeriklerinde çocukların kahramanlaştırdığı karakterlerin şiddete başvurması da çocuklardaki şiddet eğilimini arttırmaktadır. Çünkü çocuk kendisi ile karakter arasında bir bağ kurmuştur. Böylece çocuk kahramanı ve dolayısıyla şiddeti taklit ederek özdeşleşebilmekte ve bunun sonucu olarak şiddeti hayatına yansıtarak saldırganlaşma ve sorunların

[92] Hüseyin Güleç, Mürüvvet Topaloğlu, Demet Ünsal, Merih Altıntaş, "Bir Kısır Döngü Olarak Şiddet", *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, Cilt 4, Sayı: 1, 2012, s.119.
[93] RTÜK, "Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması", 2018.
[94] H. Güleç, M.Topaloğlu, D. Ünsal, M.Altıntaş, 2012, s. 120.

çözümünde şiddeti kullanma eğilimini benimseyebilmektedir.[95] Buna ek olarak, binden fazla çalışma, yüksek dozda televizyon şiddetine maruz kalmanın, özellikle erkek çocuklarda saldırgan davranışları artırdığını doğrulamaktadır.[96]

Çocukların medyada izledikleri şiddetin sunuluş biçimi de en az şiddet görüntülerinin kendisi kadar önemlidir. Şiddete başvuran karakter eğer gücü elinde bulunduruyorsa, senaryo bu şiddeti haklı gösteriyorsa, şiddete başvuran karakterler şiddeti bir çözüm aracı olarak kullanıyorlarsa çocuklara medya yoluyla giden mesaj da bu doğrultuda açıktır: Güçlü olmak istiyorsan şiddet göstermelisin, şiddet uyguladın ama haklı sebeplerin vardı, şiddet ile sorunlarını çözebilirsin. Böylelikle bu türden içeriğe maruz kalan çocukların şiddet eğilimi göstermemeleri sürpriz olacaktır.

Başka bir araştırmada televizyonda şiddet içeren programlar seyretmenin çocuklar üzerindeki en önemli etkisinin, çocukların daha şiddet yanlısı olmaları değil, bu içeriklere maruz kalan çocukların daha korkak olmaları şeklindedir.[97] Çocuklar sürekli şiddet içeriklerine maruz kaldıkları zaman böyle bir dünya karşısında şiddet içeren davranış gösterme eğilimi göstermez, aksine bu dünyadan korkar ve endişe ederler. Korku ve endişe beraberinde olağanlaştırmayı da getirir. Hem yetişkin hem de çocuk izleyici suç ve onun önlemesinde görevli güvenlik güçleri ve mekanizması ile ilgili doğru olmayan inançlar da geliştirir. Çünkü dizilerde suçlular asla hak ettikleri cezalar almamakta hatta suç ve şiddet seviyelerini arttırarak devam etmektedirler. Bu ekme süreci sonucu ortaya çıkan olguya Gerbner, Acımasız Dünya Sendromu (Mean World Syndrome) adını vermektedir. Bu dünyaya aşırı maruz kalma, insanlar hakkında ne kadar tetikte olunursa yeğdir düşüncesi yerleştirmektedir. Herkesin kendini düşündüğü ve kimseye güvenilemeyeceği algısı pekişir.[98] Ayrıca şiddet içeriklerine maruz kalarak büyüyen çocuklar, ileride gerçek hayatta bir şiddete şahitlik

[95] Ferhunde Öktem, "Anne-Babalar ve Çocuklar", *Radyo ve Televizyonlarda Şiddet ve İntihar Haberleri*, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Yayını, Ankara, 2003, s. 41.
[96] Canadian Paediatric Society, 2003, s. 302.
[97] H. Güleç, M. Topaloğlu, D. Ünsal, M. Altıntaş, 2012, s. 122.
[98] Ünsal Çığ, "Neoliberal Dönemde Medyanın Dönüşümü ve Gerbner'i Yeniden Düşünmek", *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 29, 2018, s.14.

ettiklerinde, şiddet onlar için olağanlaştığı ve normalleştiğinden dolayı, şahit oldukları şiddet manzarasına müdahale etme gereği duymazlar. Çünkü her gün maruz kaldıkları içeriklerden bir içerik olarak algılarlar.

Şiddet içeriklerine dair farklı bir görüş olarak da medyanın direkt şiddet etkisi olmadığı, aksine saldırgan duygulara sahip bireylerin şiddet içerikli programları izleyerek bu duygularından arındıkları (katarsis) ileri sürülmüştür.[99] Yani medyanın bizatihi kendisi insanda şiddet eğilimine sebep olmamakta ancak bu türden içeriklere maruz kalan çocukların içlerinde zaten var olan duyguyu medya aracılığı ile açığa çıkarmasıdır. Çocuklar da yetişkinler de yine şiddete başvurmakta, katarsis yaşamaları sonucu değiştirmemektedir.

Çocuk ve medyadaki şiddet meselesi sadece ülkemizde değil, tüm dünyada ciddi bir sorun olarak ele alınarak incelenmektedir. Örneğin Amerika'da yapılan ulusal televizyon şiddeti araştırması, çocukların ve ergenlerin izlediği programlarda endişe verici düzeyde şiddet olduğunu göstermiştir. Gençler yılda ortalama 10.000 şiddet eylemine maruz kalmakta ve televizyon şovların %61'i bir tür şiddet içermektedir. Araştırma sonucuna göre, medyada şiddet genellikle bir çatışmanın çözüm modeli işlevi görmektedir. Şiddet içeren programlar üzerine çalışma, televizyon şiddetinin izleyiciler üzerinde antisosyal etkilere katkıda bulunduğu sonucuna varmıştır. Görülen başlıca etkiler ise şunlardır: saldırgan davranış ve tutumları öğrenme, şiddete karşı duyarsızlaştırma ve şiddetten mağdur olma korkusudur.[100]

Medya içerikleri fiziksel, sözel, ekonomik, psikolojik, cinsel, vb. her türden şiddeti barındırması ve izleyici tarafından bu türden içerikler oldukça fazla tüketilmesine rağmen RTÜK araştırmasına göre katılımcıların yüzde 94'ü televizyon yayınlarında şiddet içeriklerinin orta ve daha fazla düzeyde olduğu düşünmekte ve

[99] H. Güleç, M.Topaloğlu, D. Ünsal, M. Altıntaş, 2012, s. 122.
[100] Vivek Agarwal, Saranya Dhanasekaran, "Harmful Effects of Media on Children and Adolescents", *Journal of Indian Association for Child Adolescent Mental Health*, 8(2): 2012, s. 39. 38-45

katılımcıların en fazla tahammül edemediği ve en hassas olduğu şiddet türünü, cinsel şiddet oluşturmaktadır. Cinsel şiddet içerikli görüntülerden "çok" rahatsızlık duyduğunu belirtenlerin oranı yüzde 61,6 iken fiziksel şiddet içerikli görüntülerde bu oran yüzde 57,2, ekonomik şiddet için yüzde 57,6, psikolojik şiddet için ise %57,4 olarak kaydedilmiştir.[101] Hem en fazla rahatsız olduğumuz konu şiddetken hem de çocuklarımızı başta medya, sonra ebeveynler aracılığıyla şiddet içeriklerine maruz bırakmamız, ileride hem bireysel olarak onlarda hem de sosyal olarak toplumda geri döndürülemez hasarlara yol açacaktır.

Medyanın sunduğu basmakalıp imajların çocuklar tarafından kabul görmesi medyanın olumsuz etkileri arasında sayılabilir. Her toplum kendi normlarına göre medyatik karakterler üzerinden basmakalıp davranış biçimlerini sunmaktadır. Sunulan bu içerik, çocukları rol model oluştururken ya da taklit yoluyla davranışları aktarırken gelişimlerini olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Örneğin ülkemizde, genç erkeklerin basmakalıp imajında duygularını belli edemeyen, şiddet uygulayan, zorba davranışlarla lider olan karakter yapısı varken kadınların basmakalıp imajında ise, dış görünüşlerinin her şeyden önemli olan, edilgen ve kırılgan karakter yapısı vardır. Büyükleri olduğu kadar küçük çocukları da hedefleyen programlarda kendini gösteren bu türden basmakalıp düşünceleri benimsetme, erkek ve kız çocuklarının özgüvenlerini, bedensel imajlarını ve erken romantik deneyimlerini etkilemektedir.[102] Ayrıca, kendi karakteri dışına çıkarak etraflarından kabul görmek için medya içeriklerinin dayattığı basmakalıp imajlara girmeye çalışan çocukların kendi gibi davranamamaları stres seviyelerini yükseltmektedir.

Irk, dil, etnik köken, sınıf, din, engellilik, coğrafya gibi niteliklerin adil bir şekilde medyada temsil edilmemesi, çocuklar arasında ayrımcı bir dünya görüşünün oluşmasını katkıda bulunmaktadır.[103] Bebekler kafalarında herhangi bir sınırlayıcı ya

[101] https://www.rtuk.gov.tr/haberler/3787/8456/rtuk-televizyon-yayinlarinda-siddet-arastirmasi-yapti.html (16.12.2020)
[102] Dafna Lemish, Barbara Kolucki, "Medya ve Erken Dönem Çocukluk Gelişimi", *Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı 2,* Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul, 2013, s. 19.
[103] a.g.m., s. 19.

da ayrımcı bir görüşle dünyaya gelmezler. Bu davranış biçimini ilk önce ailede sonra diğer çevresel etmenlerin etkileriyle oluştururlar. Medya da bu türden davranışları oluşturmaları için oldukça uygun bir araçtır. Medyada bilinçli ya da bilinçsiz ayrımcılığı besleyen içerikler, çocukların hem kendilerini hem de "diğer"lerini algılama biçimlerini etkilemektedir. Örneğin, *Alaaddin* isimli çizgi filmde Arap olan tüm karakterler normal şekilde İngilizce konuşurken, kötü karakter olan padişahın Arap aksanıyla İngilizce konuşması, çocukların kafalarında Arap aksanıyla İngilizce konuşanları kategorize etme eğiliminde olacaktır. Bu da çocuğun medya aracılığıyla ayrımcılığı, ırkçılığı, ötekileştirmeyi ve diğer pek çok önyargı geliştirmeyi öğreneceğini göstermektedir.

Medya, çocukları fiziksel olarak da olumsuz etkilemektedir. Günümüzde çocuklar boş zamanlarını diğer fiziksel aktivitelerle oynamak veya bunlarla ilgilenmek yerine televizyonda, bilgisayarda veya video oyunlarında geçirme eğilimindedir. Sokakların tekinsizleşmesi, ailenin çocukları göz önünde tutmak için evde yapılacak aktivitelere yönlendirmesi ya da çocuğun kendi tercihi bu durumun sebeplerinden birkaçı olarak sıralanabilir. Ancak, çalışmalar, televizyon izleme ile obezite geliştirme riski arasında güçlü bir nedensel bağlantı olduğunu bildirmiştir. Elektronik video oyunları oynamak ve obezite arasında oyun oynarken harcanan her saat için iki kat artmış obezite riski olması bakımından önemli bir ilişki vardır. Çalışmalar ayrıca video oyunlarını kullanarak harcanan zaman ile günlük fiziksel aktivite arasında ters bir ilişki olduğunu göstermiştir. Medyaya maruz kalmanın obezite üzerindeki etki mekanizması, çocukları hedef alan sağlıksız gıdalara yönelik kapsamlı reklam mesajları yoluyla da çalışabilir.[104] Buna ek olarak, ülkemizde 1-6 yaş arasındaki çocuklarla yapılan bir araştırmada çocukların çoğunluğunun iki saat ve üzerinde televizyon izlediği tespit edilmiştir. Günde iki saatten fazla televizyon izleyen çocuklarda sağlık sorunu yaşama oranı %69.3 ile, günde bir saat televizyon izleyen çocuklara göre %36 daha yüksek olduğu, fazla medyaya maruz kalan çocukların daha

[104] V.Agarwal, S. Dhanasekaran, 2012, s. 41.

çok göz ve uyku sağlığı ile ilgili sorunlar yaşadıkları anlaşılmıştır.[105] Ayrıca, küçük çocuklarda televizyon izlemenin otizme sebep olup olmadığı hâlâ tartışılsa da, televizyonun otizmin bazı semptomların kuvvetlenmesine veya ortaya çıkmasına neden olabileceği bildirilmektedir. Özellikle de dil, iletişim ve sosyal beceriler alanlarındaki semptomları olumsuz etkilediği düşünülmektedir. Örneğin, zaten insanlara karşı ilgisiz olan çocuk, medya nedeniyle insanlardan iyice uzaklaşabilmekte, aile üyeleri, televizyon ile ilgilenen çocukla ilişki kurmakta güçlük çekebilmektedir. İnsanlarla etkileşimleri azaldığı için göz kontağı kurma süreleri ve dili kullanma gereksinimleri de azalabilmektedir.[106] Yine medyanın çocukları fiziksel olarak etkilemesine bir örnek de ideal güzellik yargıları üzerinden verilebilir. Medya, döneme, coğrafyaya, sektörel gelişmelere göre ideal güzellik tanımı yapar. Özellikle ergenlik dönemindeki çocuklar için oldukça önemli olan dış görünüş, medyanın bu tanımıyla daha da önemli hâle gelerek çocukların kendilerini sevmemesine, ideal güzellik tanımı içine girmek için çabalamasına ve bu kalıba girmeyen yaşıtlarına zorbalık yapmalarına sebep olmaktadır.

Esasında çocukların medyada fiziksel olarak olumsuz etkilenmeleri beraberinde psikolojik olarak olumsuz etkilenmeyi de getirir. Medyanın sunduğu içeriklerle kendilerine ideal bir hayat, ideal bir görünüş ve ideal bir aile modeli çizen çocuklar, gerçek hayatta bunlara sahip olmadıkları ya da olamayacakları için mutsuz, umutsuz, agresif ve sosyal hayattan kendilerini dışlayarak bu durma tepki verebilirler. Sosyal medya içerisinde çocuk, yaşamak ve sahip olmak istediği hayatı yaşıyormuş gibi gösterebilir, aileden almadığı onayı sosyal medyadan alabilir ve çevresi tarafından umursanmayan fikri, bu mecralarda önemsenebilir. Durum böyleyken, gerçek hayattan uzaklaşarak çocuklar sanal dünyanın içerisine yerleşmeye başlayabilir, tüm ilişkilerini burada kurarak istismara açık hâle gelebilirler.

[105] Zühal Altınkılıç, Hava Özkan, "Televizyon İzlemenin 1-6 Yaş Çocuk Sağlığı Üzerindeki Etkilerine Yönelik Annelerin Tutum ve Davranışlarının Belirlenmesi", *İzmir Dr. Behçet Uz Çocuk Hastalıkları Dergisi*, Cilt 4, Sayı:3, 2014, s. 193.
[106] Figen Işık Esenay, Zeynep Conk, "Medya ve Çocuk: Hemşirelik Tanıları Doğrultusunda Bir İnceleme", *Aile ve Toplum Dergisi*, Cilt 3, Sayı 10, 2006, s. 97.

Medyanın çocuklar üzerindeki bir diğer olumsuz etkisi de cinsel yaşamlarındaki değişikliklerdir. Ergenlerde, erken cinsel ilişkiye katkıda bulunan önemli bir faktör, medyadaki müstehcen içeriğe maruz kalmaktır. Özellikle son yıllarda, geleneksel medyada cinsel materyalin artmış ve daha açık bir şekilde tasviri mevcutken, dijital medyada kontrolsüz bir şekilde çocukların bir tıkla her türden yetişkin yayına erişmeleri de mümkündür. Bu türden içeriklere maruz kalan çocuklar aşırı uyarılmakta, bazılarında nefret ya da suçluluk duygusu oluşumuna, bazılarında ise cinsel içerikli suçların işlenmesine ya da normalden sapan davranışlara neden olabilmektedir.[107] Medyada, çocukların rahatlıkla erişebilecekler cinsel içerikli çok fazla yayın varken, erken cinsel hayata başlama, istenmeyen gebelikler ve cinsel yolla bulaşan hastalıklara yakalanma riski gibi konular hakkında çok az bilgi vardır. Bununla beraber, televizyon izleme miktarı ile cinsel ilişkiye başlamada içeriğin ebeveynler tarafından düzenlenmesi arasındaki ilişkileri inceleyen bir araştırma, günde iki veya daha fazla saat televizyon izlemenin ve televizyon programlarının ebeveyn düzenlemelerinin olmamasının, yıl içinde cinsel ilişkiye girme riskinin artmasıyla ilişkili olduğunu gözlemlenmiştir.[108]

Siber zorbalık medyadan gelen bir diğer olumsuz etki olarak karşımıza çıkmaktadır. Belsey, siber zorbalığı, "bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak bir birey ya da grup tarafından diğerlerine zarar vermek için tasarlanan kasıtlı, tekrarlanan ve düşmanca davranış içeren zorbalık türü" ifadeleriyle tanımlamıştır. Siber zorbalık fiziksel ortamda gerçekleştirilen zorbalık türlerine benzemektedir ancak temel farkı internet veya cep telefonu gibi sanal iletişimin gerçekleşebildiği bilgi ve iletişim teknolojilerinin aracı olarak kullanılmasıdır.[109] RTÜK'ün Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması, öğrencilerin internette en fazla siber zorbalıktan rahatsız olduğunu göstermektedir.[110] Yine aynı araştırmanın sonucuna göre siber zorbalığa maruz kalan dört çocuktan biri bu durumu kimse ile

[107] a.g.m., s. 98.
[108] V. Agarwal, S. Dhanasekaran, 2012, s. 40-41.
[109] Özgür Erdur Baker, Fatma Kavşut, "Akran Zorbalığının Yeni Yüzü: Siber Zorbalık*", Eurasian Journal of Educational Research*, Sayı: 27, 2007, s. 33.
[110] RTÜK, "Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması, 2018, s. 162.

paylaşmamaktadır.[111] Durum böyleyken çocukların bu türden zorbalığa medya yoluyla maruz kalmaları, çocukların medyaya yükledikleri anlam bakımından da oldukça önemlidir. Yapılan araştırmalara göre siber zorbalığa uğrayan çocuklar yine aynı türden zorbalığı diğerlerine uygularken, diğerleri de farklı psikolojik sıkıntılar yaşayarak mağdur olabilmektedir.

Tüm bu olumsuz etkilere baktığımız zaman, neredeyse hepsinin engellenebilir olduğunu anlamaktayız. Eğer ebeveynler, çocuklarını medya kullanımları esnasında denetlerler ve zararlı içeriklere müdahale ederlerse çocukları medyadan gelebilecek olumsuzluklara karşı büyük oranda koruyacaklardır. Çözüm medyayı yasaklamak değildir. Medyanın şeytanlaştırılması yerine çocukları medyadan gelebilecek olumsuz etkilere karşı koruyucu pozisyonda olunmalıdır. Bu da ancak ebeveyn ve öğretmenlerin yönlendirmesiyle mümkün olacaktır. Ayrıca, çocukların sanal dünyada kendilerini savunmasız bırakan iletilerin ve o dünyanın bir kurgu olduğunu bilmesi gerekmektedir. Böylelikle çocuklar, hem medyanın zararlı etkilerinden korunmuş, hem de medyanın sunduğu olanaklardan faydalanmış olacaklardır.

2.2. GELENEKSEL MEDYA VE ÇOCUK

İletişim, insanın doğasında olan ve sosyal olarak yaşamını sürdürmesindeki en önemli araçtır. İnsanlık tarihi boyunca, insanlar iletişim için pek çok yola başvurmuş, pek çok araç kullanmıştır. Tarihsel süreç içerisinde iletişim yolları ve araçları çağın gerekliliklerine göre farklılık göstermiştir. Teknolojinin zaman içerisindeki gelişimi medyayı da direkt olarak etkileyerek yeni iletişim teknolojilerini ortaya çıkarmıştır. Tarihsel süreçte iletişim teknolojilerinin gelişim seyri genellikle basılı, analog ve dijital teknoloji olmak üzere üç aşamalı olarak ele alınmaktadır. Geleneksel medya daha ziyade basılı ve analog iletişim teknolojilerini ifade ederken dijital iletişim

[111] a.g.e, s. 168.

teknolojisi yeni medyayı kapsamaktadır.[112] Buna benzer bir tasnif 1986 yılındaki UNESCO toplantısında yapılmıştır. Basın teknolojisine dayalı araçlar ile radyo ve televizyon geleneksel medya adı ile sınıflandırılmıştır.[113] Dönemin görsel ve yazılı basını ise konvansiyonel medyayı oluşturmaktadır.

Ana akım olarak da adlandırılan geleneksel medya, birçok tekelciliği elinde bulunduran, holdinglerin büyük şirketlerin aynı zamanda devletlerin de kurmuş olduğu çeşitli medya organlarından oluşmaktadır.[114] Geleneksel medyada tek yönlü bir iletişim vardır ve geleneksel medya araçları ürettikleri ideolojileri, geleneksel medya aracılığıyla "pasif alıcı" olan izleyiciye gönderirler. Geleneksel medyada içerik üreticileri özeldir; herkes geleneksel medya içeriği üretememekte, üretilen içeriği ancak tüketebilmektedir. Böylelikle, geleneksel medya, pasif alıcının sesi olarak da kendisini var etmektedir.

Geleneksel medyanın hedef kitlesi içerisine hiç şüphesiz çocuklar da girmektedir. Hatta çocukların ekran önünde fazla zaman geçirmeleri istenmektedir. Bu bağlamda, çocuk kanallarının çocuklara yönelik "Bizden Ayrılmayın" sloganı oldukça dikkat çekicidir.[115] Kesintisiz olarak tek taraflı iletiyi çocuklara yollayan geleneksel medya, çocuğu bir bakıma mağdur konumuna getirmektedir. Çünkü içerikleri çocuk değil medyayı elinde bulunduranlar seçmekte, çocuk da pasif bir şekilde kendisi için seçilen içerikleri tüketmektedir.

Buradan hareketle, geleneksel medya ve çocuk ilişkisinde, konvansiyonel medyanın çocuklara bakan çok da aydınlık olmayan yüzünü açıklamaya yönelik iki

---

[112] Neslihan Kılıç, "Geleneksel Medya ile Yeni Medyanın Karşılaştırılması: Kuramsal Bir Analiz Çalışması", *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Sayı: 36, 2019, s. 237.
[113] Nilüfer Timisi, *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*, Dost Kitabevi, Ankara, 2003, s. 80.
[114] Muhammet Emre Buruşuk, Yeni Medyanın Belirleyici Etkisiyle Toplumsal Kurgu ve Gerçeklik Arasında Yeniden Şekillenen Çocukluk Paradigması, Maramara Üniversitesi, Radyo Sinema Televizyon Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul, 2019, s. 63.
[115] Nilgün Tutal Cheviron, ''Medyanın Şiddete Dayalı İşleyişi ve Çocukların Maruz Kaldığı Olumsuzluklar'', *1.Türkiye Çocuk Hakları Kongresi Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı*, Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul, 2011, s.188.

kuramdan bahsetmek yerinde olacaktır. Bunlardan ilki, "ekme (cultivation) teorisi"dir. Gerbner, kitle iletişim araçlarının etkisini açıklamak için ekme kuramını kullanmaktadır. Ekme kavramı; psikolojik, kültürel ya da ideolojik bir mesajı izleyici bilincine yerleştirmek için yapılan girişim olarak tanımlanmaktadır. Ekme kuramına göre, kitle iletişim araçları, bireylerin yetişmeleri ve yaşam biçimleri üzerinde en az kanaat önderleri kadar etkilidir.[116] Böylelikle, geleneksel medya çocukların yetişme ve eğitim sürecinde oldukça önemli bir yer edinmiştir. Çocuklar geleneksel medya araçlarındaki içeriklerle eğlenirken diğer yandan içeriğin sunduğu ideolojiye maruz kalırlar. Kuramı oluşturan Gerbner'e göre, geleneksel medyada sunulan mesajların bireyler üzerindeki etkisi hemen oluşmamakta, iletilerin etkisi uzun dönemde ortaya çıkmaktadır. Uzun dönemde ortaya çıkan bu etkilerin davranışlara dönüşmesini de Gerbner "filizlenme" benzetmesini kullanarak açıklamaktadır.[117] Yani geleneksel medya araçları içerisine dâhil olan yazılı, işitsel ve görsel medya, çocuğa bir ideolojiyi ileti üzerinden gönderdiği zaman, buna maruz kalan çocuğun dönüşümü ve bu iletiye vereceği cevap kısa vadede değil, uzun vadede anlaşılacaktır. Bu bağlamda dönemin hâkim gücü de, ideal bireyini geleneksel medya araçları üzerinden henüz çocukken oluşturmaya başlamaktadır.

Geleneksel medya ve çocuk ilişkisinde değinilmesi gereken ikinci kuram eleştirel kuram olarak da bilinen Frankfurt Okulu'dur. Frankfurt Okulu düşünürlerinin Marxist kuramlarının temelinde kapitalist toplumun bir kitle toplumu modeli olduğu anlayışı yatmaktadır. Frankfurt Okulu film, popüler müzik, radyo, televizyon ve diğer kitle kültürü formlarının yükselişine, Nazilerin kitle kültürü araçlarını faşist kültüre ve topluma itaati sağlamak için nasıl kullandığına tanıklık etmiştir.[118] Ayrıca kültürün de bir meta gibi kapitalizm içerisinde ticarileşmesine ve endüstrileşmesine şahit olmuş bunu eleştirmek için de "kültür endüstrileri" terimini geliştirmişlerdir. Frankfurt Okulu düşünürleri temelde, hâkim gücü meşrulaştıran ve aynı zamanda hâkim gücün oluşturduğu toplumsal kuralların sağlanması için gerekli gördüğü ideoloji

[116] Bahtinur Aydın, Türkiye'de Çocuk Televizyon Kanallarındaki Çizgi Filmlerin Çocukluğa Etkisi Üzerine Bir İçerik Analizi, Balıkesir Üniversitesi Sosyoloji Ana Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir, 2018, s. 11.
[117] Levent Yaylagül, *Kitle İletişim Kuramları*, Dipnot Yayınları, Ankara, 2012, s. 75.
[118] B. Aydın, 2018, s. 14.

eleştirmektedir. Bu eleştirinin içerisinde elbette ki önemli bir pay da çocukların kitle iletişim araçları, okul ve diğer eğitim metodları yoluyla maruz kaldığı ideolojik iletilerin eleştirisidir. Oysa eleştirel kurama göre, eğitimde ideolojik yüklemenin fazla olması öğrencilerin özgünlüklerini, girişimciliklerini ve yaratıcılıklarını baskılamaktadır. Bu nedenle öğrencilere aktarılan bilgi ideolojiden arınık olmalı, bu durumun sağlanamadığı takdirde öğrencilerin üzerinde oluşturulan davranış değişikliği baskısı en aza indirilmelidir.[119] Egemen gücün geleneksel medyayı da kullanarak oluşturmak istediği birey, evde iletilere maruz kalan çocuktan başlayarak, okulda müfredata maruz kalan çocuğa kadar gitmektedir. Böylelikle egemen erk, kendisine aktarılan bilgiyi sorgulamadan, analiz etmeden ve eleştirel bir değerlendirmeye tabi tutmadan kabul eden çocukları, ideal birey yetiştirmek için önemli bir süreç olarak kabul etmektedir. Bu bağlamda çocukluk kültürünü de yeniden, kendisine göre üreterek bir tür toplum mühendisliğiyle yeni bir kültür endüstrisi alanı oluşturmaktadır.

2.2.1. Geleneksel Medyada Çocuk İçerikleri

Tek taraflı bir iletişim sağlayan kitle iletişim araçlarının karşısındaki alıcıların, pasif ve edilgen bir şekilde kendilerine gönderilen iletileri aldıkları bir durum mevcutsa geleneksel medya ile karşı karşıyasınız demektir. Her ne kadar, günümüz medyası dijitalleşse de hâlâ evlerimizin adeta bir mobilyası olan televizyonlar en çok kullanılan medya unsur olarak hayatlarımızda yer alıyor. Bu bölümde içerik değerlendirmesi yapmak üzere geleneksel medya araçlarından televizyon, radyo ve dergi seçilmiştir. Bu seçimin yapılmasındaki ilk neden, çocuk içeriklerinin bu üç medya unsurunda daha fazla yer almasıdır. İkinci olarak, Alver ve Gül'ün Türkiye'deki çocukların medya kullanımlarına yönelik yaptıkları araştırmada, çocukların en fazla kullandığı geleneksel medya unsuru televizyondur. Televizyonu

[119] Bahar Yakut Özek, "Eleştirel Kuram (Frankfurt Okulu) Bağlamında İdeoloji ve Eğitim İlişkisinin Çözümlenmesi", *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 39, Sayı:3, 2019, s. 1552.

kitap, dergi ve sinema izlerken, en son olarak radyo gelmektedir.[120] Böylelikle çocukların en çok tercih ettikleri, orta düzeyde tercih ettikleri ve en az tercih ettikleri olduğu için, televizyon, radyo ve çocuk dergileri seçilmiştir. Son sebep ise, görsel, işitsel ve yazılı basından birer örneğin incelemeye tabi tutulması olmuştur. Bu üç sebepten yola çıkarak, bu bölümde televizyon, radyo ve çocuk dergilerinin içeriklerine ve bu içeriklerin yıllar içerisindeki değişimine yer verilmesi amaçlanmıştır.

2.2.1.1. Televizyon

Türkiye'nin televizyon tarihi, 24 Aralık 1963 tarihinde Türkiye Büyük Millet Meclisinde kabul edilen ve 2 Ocak 1964 tarihinde yürürlüğe giren 359 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kurumu Yasası ile başlamıştır. Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT) devlet adına radyo ve televizyon yayınlarını gerçekleştirmek amacıyla 1 Mayıs 1964'te kurulmuştur.[121] Türkiye'deki televizyon yayıncılığı ise 31 Ocak 1968 tarihinde o dönemki ismiyle Ankara Televizyonu'nun saat 19.30'da deneme yayını yapmasıyla başlamıştır.

Çocuk içeriklerinin yayınlanması da ülkemizdeki televizyon yayınlarının başlamasıyla paralel olarak ilerlemiştir. 31 Ocak 1968'de yayına başlayan Ankara Televizyonu'nun günlük ortalama üç saatlik yayın akışı içerisindeki programlardan birisi de çocuklara yönelik "Kötü Adam ve İnatçı Çiçek" isimli bir çizgi filmdir. 1969 yılına gelindiğinde ise 530 saat 26 dakika yayın yapan Ankara Televizyonu, toplam yayın akışı içerisinde çocuk programlarına ayırdığı süre 67 saat 31 dakika ile yüzde 14.7'yi oluşturmaktadır.[122] Yani Türkiye'de çocuk yayınları, yetişkin yayınlarıyla hemen hemen benzer zamanlarda ortaya çıkmış ve izleyicisiyle buluşmuştur.

[120] F. Alver, A.A. Gül, "Çocukların Medya Kullanımı", Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi Bildirileri, *İstanbul Üniverisitesi İletişim Fakültesi Yayınları*, İstanbul, 2005, s.270-274.
[121] Cansu Özdenak Kandemir, *Televizyon ve Çocuk izleyici*, Der Yayınları, İstanbul, 2019, s. 23.
[122] Nilüfer Timisi, *Elektronik Bakıcı: Televizyon Çocuk İlişkisine Genel Bir Bakış*, Derin Yayınları, İstanbul, 2011, s. 119.

Böylelikle, TRT Kurumu, çocuk programcılığına başlarken BBC tarafından geliştirilen ilkelerle yayınlarına devam etmiştir. Bu ilkeleri şu şekilde sıralayabiliriz: Çoğulculuk (farklı programların farklı yaş ve ihtiyaçlardaki çocuklar için hazırlanması), ilgi çekici programların hazırlanmasında yerel üretim için kaynakların yeterliliği, çocuk izleyiciye karşı sorumluluk ve saygı, çocuğun kendi başına bir değer olarak ele alınması ve reklam verenlerin baskısından çocukların korunması, program hazırlanmasında yeni bakış açıları ve yaklaşımlara açıklık.[123] Çocuk yayınları için geliştirilen bu ilkeler ideali yansıtsa da TRT devlet televizyonu olduğu için hükûmet politikalarından doğrudan etkileneceği göz önüne alındığında bu ilkelere ne kadar sadık kaldığı ayrı bir tartışma konusudur.

1971 yılında hazırlanan TRT Program Planlama İlke ve Amaçları'nda çocuk programları Eğitim ve Kültür Yayınları bünyesinde yer almaktadır. Bu yayınların genel amacında "her meslek ve yaş kesiminden yurttaşların millî ülküler çerçevesinde kişiliklerini geliştirerek ve mutluluklarını arttıracak şekilde bilgi ve görgü edinmelerini sağlamak" ibaresi yer almaktadır.[124] Eğitim esasında TRT'nin yayınlarında beslediği temel amaçtır; hem yetişkinler hem de çocuklar için eğitim. Çocuklar içinse daha özel anlamıyla "Eğlendirirken Eğitmek" gibi bir amacı vardır. Ancak burada eğitimin temel amaç olup eğlencenin ancak eğitim metodunu besleyen bir araç olduğunu unutmamak gerekmektedir. Çocuklar için üretilen içeriklerde başlangıçtaki amaç eğitimdir. Böylece, 1971 yılında TRT yönetmeliğinde çocuk yayınları "4-16 yaş arası kuşakların iyi insan, iyi yurttaş ve her türlü çağdaş gelişmeleri kolaylıkla kabule hazır bir hayat anlayışı içinde yetişmeleri amacıyla" hazırlanmıştır.[125] Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere, çocuk yayınlarının içerikleri, önceki bölümlerde bahsedilen modern çocukluk paradigmasıyla uyumlu şekilde hazırlanmıştır. Devletin, geleceğin yurttaşı olan çocuktan beklentileri üzerinden şekillenen türden bir çocuk yayınından bahsetmemiz mümkündür.

[123] a.g.e., s. 116.
[124] a.g.e., s, 116-117.
[125] a.g.e., s. 119.

Bu bölümde, televizyonda çocuklara yönelik hazırlanan bazı yayınlardan seçilen içerikler dönemsel olarak incelenecektir. 1990'larda özel televizyonların ortaya çıkışına kadar TRT yayınlarındaki çocuk içeriklerinin bir kısmı dönemlere göre değerlendirilecektir. Ardından özel kanallardaki çocuk içerikleri ve tematik çocuk kanallarındaki dönüşüm incelenecektir.

1968 yılında televizyon yayınlarının başlamasıyla çocuk yayınları da aynı zamanda başlamıştır. 1968 yılı yapımı *Oyun Treni* isimli programın, birinci bölümü Dailymotin isimli internet video platformu üzerinden izlenmiştir. Program, Ali (Levent Kırca) ile Veli (Köksal Ergür)'nin maceraları üzerinden ilerlemektedir. Sahnede dekor olarak tren vagonları vardır ve her bölüm başka bir konu ele alınmaktadır. Programda, oyunun bir parçası olan çocuklar yetişkinler tarafından kendilerine verilen görevleri layıkıyla yerine getirirler. Becerilerinden dolayı da büyüklerinden "aferin" alırlar. Ayrıca çocuklar milli değerlerin de taşıyıcısı olarak gösterilirler. İmtihan hikayeleri üzerinden çocuklara ders çalışmanın ve eğitimin önemi vurgulanırken aynı zamanda ders niteliğinde tarihi, coğrafi ve kültürel bilgiler de verilmektedir. Ayrıca bu bilgileri verirken kahramanlardan Veli'nin "Gayemiz oyun hâline getirmek" sözü ise, çocukları eğitirken eğlendirici hâle getirmenin önemini de vurgulamaktadır. Programda kötü örnekler de vardır ancak bu kötü çocuk örneklerinin ayıplanmasıyla iyi çocuk tanımı yapılmaktadır. Ayrıca, çocuklara görgü ve edep kuralları da baş karakterler üzerinden verilmektedir.

1973 yılında Millî Eğitim Bakanlığıyla hazırlanan *Televizyon Okulu* ve *Okul Televizyonu* gösterilmeye başlanmıştır. *Okul Televizyonu* programından bir bölüm, YouTube isimli internet video platformu üzerinden izlenmiştir. Programda, üniversiteye hazırlanan gençlere destek ve yardımcı olmak için alanında uzman öğretmenler tarafından Matematik, Fizik, Kimya gibi derslerin anlatıldığı görülmüştür. Eğlendirici bir unsur bulunmazken amaç âdeta bir dershane gibi çocukların okullarında aldıkları eğitime takviye bilgiler sağlamaktır. Bu bilgilerin tamamı akademik bilgilerdir.

1975 yılı yapımı olan *Elma Şekeri* isimli programın bir bölümü izlenmiştir. Bu bölüme YouTube isimli internet video platformu üzerinden ulaşılmıştır. Programın başlangıç müziği "Haydi çocuklar hep gülelim, eğlenelim" şeklindedir ancak programın içerisinde çok fazla akademik bilgi mevcuttur. Çocuklar uzmanlarla birlikte deneyler yapmakta, bilimsel bilgilere ulaşmaktadır. Çocuklara çizim teknikleri de gösterilen programda müzikli eğlence kısmında dahi, şarkı geometrik şekilleri anlatmaktadır. Adeta bir bilgi yarışması şeklinde geçen programda sınav ve bilginin sınanması önemli bir bölümü oluşturmaktadır.

Yine 1975 yılına ait *Bir Öykümüz Var* isimli programın altı, on dört ve yirmi altıncı bölümleri izlenmiş, içeriğe TRT Arşiv sayfası üzerinden erişim sağlanmıştır. Her bölüm farklı bir sanatçının çocuklar için öykü okuduğu programda, çocuklar için seçilen öyküler, sorumluluk, çalışkanlık, saygı ve iyi kalplilik gibi önemli sosyal görevler ve erdemler üzerinden ilerlemektedir. Ayrıca millî ve manevi değerlerin önemi de öykülerde sıkça tekrarlanmaktadır.

1979 yapımı olan *Çocuklarla Başbaşa* isimli programın tek bölümü izlenmiş olup ilgili programa İzlesene isimli internet video platformu üzerinden ulaşılmıştır. Programın açılış müziği aslında programa dair ipuçları vermektedir; "Gülerek, neşeli, biraz da düşünelim". Hem eğitici hem de eğlendirici bir program olduğunu programın başında söylemektedir. Programda anlatılan hikâyeler üzerinden yardımlaşma, büyüklerle iletişim gibi mesajlar verilmektedir. Ayrıca evdeki malzemelerle kolayca yapılacak oyuncak reçeteleri veren program, çocukların fiziksel gelişimleri için bir de spor bölümü koymuştur. Bir spor eğitmeni tarafından çocuklara doğru sporun nasıl yapıldığı anlatılmaktadır. Bu anlatım da fiziksel aktiviteden ziyade, teorik bilgiye dayanmaktadır. Yarışma bölümü de bulunan programda, yarışmaya katılan çocuklar bilgiye dayalı ifadelerle bir hayvanı anlatmaktadır. Böylelikle çocukların hayanlar hakkındaki bilgilerini çoğaltmak ve geliştirmek amaçlanmıştır.

1970'lerdeki programlar incelendiğinde öncelikli vurgunun bilgiye olduğunu anlamaktayız. Neredeyse izlenilen her programda yoğun akademik bilgiler verilmekte, çocuğun da bu bilgilere vâkıf olması istenmektedir. İkinci olarak, çocuklarda olması istenen erdemler ve davranış kalıpları, çocuklara yönelik üretilen içeriklerde sık sık tekrar edilmekte, bu doğrultuda davranan çocuklar takdir edilirken, kurallara uymayan çocuklar yerilmektedir. Doğru ve yanlış, anne-baba, öğretmen, devlet gibi otoriteler tarafından belirlenmiş ve bu programlar tarafından çocuklara iletilmektedir. Modernist çocukluk paradigmasının da etkisiyle, dönemin ideal çocuğunun otoriteye saygılı, sorumluluk sahibi bilge çocuk olduğu program içeriklerinden anlaşılmaktadır. Bu mesaj çocuklara verilirken, televizyonun işlevlerinden olan "Eğlenirken Öğrenelim" anlayışı benimsenmiştir. Ancak Karaduman ve Gökgöz, aynı dönemde inceledikleri çocuk yapımları hakkında her ne kadar "hem eğlenelim hem bilgilenelim" ifadesi kullanılsa da yalnızca öğrenmenin ön planda tutulduğu bir anlayış olduğunu söylemektedir: "Çocukların eğlenmeye başladıkları anda mutlaka yetişkin müdahalesiyle karşılaşılmaktadır. Eğitim-öğretim nihai hedeftir; eğlence ise bu hedefe giderken bir araç olarak tercih edilmektedir."[126]

1980'lere gelindiğinde ise seçilen ilk program 1982 yapımı *Çocuklar İçin* programıdır. Programa TRT Arşiv sitesinden ulaşılmış olup "Pencere", "Çağrı" ve "Uçurtma" isimli üç bölüm izlenmiştir. Program altı haftada bir ekrana gelmekte her bölüm farklı bir konuyu ele almaktadır. Her bölümde ele alınan konu ile ilgili oldukça fazla bilgi ve detay çocuklara verilmektedir. Örneğin, Pencere bölümünde bir televizyon yapımının çocukların anlayabileceği ya da anlamayacağı her evresi detaylı bir şekilde anlatılmaktadır. Ayrıca yine ele alınan konu ile alakalı uyarılar ekrana getirilmektedir. Örneğin Uçurtma bölümünde bir oyun tanıtılırken, "Oyun oynarken arkadaşının canını yakma", "Oyun oynarken çevreye zarar verme" şeklindeki uyarılar tabelalar şeklinde çocuk izleyiciye aktarılmaktadır. Bunlara ek olarak, programda yardımseverlik, cömertlik gibi erdemli davranış temaları da işlenmektedir. Örneğin Çağrı bölümünde kardeş okul kampanyası tanıtılmış, seçilen ihtiyaç sahibi okullara

[126] Esra Karaduman, Gökhan Gökgöz, "TRT Yerli Çocuk Programlarında Çocukluğun İnşası: Eğitim, Toplumsallaşma, Politik Özne Biçimleri", *TRT Akademi*, Cilt 2, Sayı: 4, 2017, s. 385.

nasıl yardım yapılmalı, yardım yapmanın adabı gibi konulara değinilmiştir. Zor coğrafyalarda yaşayan okul çocukları içinse şu cümleler kullanılmıştır: "… Hepsi uzun bir yol sonunda derse girmek, dinlemek, öğrenmek ve bir üst sınıfa geçmek zorundalar, çünkü onlar yurt kalkınmasının yurt kalkınmasının bilim yolundan geçtiğini çok iyi biliyor ve bu konuda zorluklara göğüs gerip çalışıyorlar." Bu ifadelerin kullanılmasıyla yine hangi koşul ve şartta olunursa olunsun, bilimin ve çalışmanın önemi vurgulanmış, millî kalkınma için de bu kavramlar vazgeçilmez alışkanlıklar olarak gösterilmiştir.

1984 yapımı *Ahmet'in Günlüğü* isimli program toplam 28 bölümdür. Dizi formatına da yakın olan bu programın bir, yedi, on bir ve on beşinci bölümleri YouTube isimli internet video platformu üzerinden izlenmiştir. Dönem için oldukça farklı bir formata sahip programın ilk yarısında, Ahmet isimli bir çocuk ve anne babasından oluşan çekirdek ailenin günlük hayatları ekrana getirilmekte, ikinci bölümde ise moderatör ve bir uzman devreye girerek gerek çocuğun gerekse ebeveynlerin o günkü tutumlarını olumlu-olumsuz değerlendirmeye almaktadır. Aileyi yanlışlarıyla yüzleştirerek, doğru davranış biçimi göstermektedir. Diğer tüm programlardan farklı olarak otorite olan yetişkinlerin yerini, hata da yapabilen yetişkinler almaktadır. Hatta kimi zaman çocuklar ailelerini eleştirebilmekte, kendilerine yapılan baskıları ve olumsuz tutumları duyguları üzerinden ifade edebilmektedirler. Ebeveynlerin müdahaleleri, fazla yönlendirmeleri ve fazla korumacı tavırları hem çocuk hem de uzman kişi tarafından eleştirilmektedir. Ancak, çalışkan öğrenci olma, büyüklerine saygı duyma, yaşıtlarıyla iyi geçinme gibi öğretiler de program boyunca çocuğa mesaj olarak iletilmektedir.

1987 yılında *Can ile Tomtini* isimli program 3 bölüm olarak hazırlanmıştır. Programa YouTube isimli internet video platformu üzerinden ulaşılarak tüm bölümleri izlenmiştir. Program animasyon türündedir. Müzik ve şarkılar eşliğinde Can isimli çocuk ve Tomtini isimli ailenin arabası üzerinden çocuklara trafik kurallarını öğretmektedir. Çocukların araç içinde ve dışında, yaya iken yolda ve yol kenarında

nasıl davranmaları gerektiği anlatılmaktadır. Onlar için zararlı olabilecek davranışlar vurgulanarak davranışın doğrusu gösterilmektedir.

1989 yapımı *Rüzgâr Gülü* isimli program toplam 15 bölüm şeklinde hazırlanmıştır. Programın bir bölümü izlenmiş olup içeriğe YouTube isimli internet video platformu üzerinden ulaşılmıştır. Programın sunucusu ve kukla bir karganın yönetiminde geçen programda bilimsel içerikler çocuklarla paylaşılmaktadır ancak bu bilimsel gerçekler didaktik bir dille değil daha komik ve alaycı bir biçimde ele alınmakta, bu güldürme unsuruna da şaşkın kukla dâhil edilmektedir. Ayrıca farklı ülkelerde yaşayan çocukların günlük hayatlarına dair bilgiler de belgesel şeklinde programda yer almaktadır.

Yine aynı yıl yapılan bir diğer program ise *Tekir Noktalama İşaretlerini Öğretiyor* isimli programdır. Toplamda 13 bölüm olan programın bir ve üçüncü bölümleri YouTube isimli internet video platformu üzerinden izlenmiştir. Programda tekir kedisi ve bir noktalama işareti olan nokta, masallar üzerinden çocuklara noktalama işaretleri ile ilgili bilgiler verirler. Eğlence unsurlarının yüksek olduğu animasyonda, kitap okumanın önemi de vurgulanmış ancak bunlar yapılırken didaktik dilden kaçınılmıştır.

1980'lerden karışık seçilen çocuk içerikleri incelendiğinde 80'lerin başlarındaki tutumun 70'lere benzer olduğu görülmektedir. Çocuğa karşı hâlâ ideolojik mesajlar iletilmekte ve çocuk ideal yurttaş olarak eğitilmeye çalışılmaktadır. Bilgi hâlâ kutsaldır. Çocukların en büyük sorumlulukları da bilgiye ulaşmaktır. Bilgili ve çalışkan çocuk, toplumsal otoritelerin beklediği çocukluk tasavvurunun en temel unsuru olarak gösterilmekte; çocuğun oyun hakkı ise eğitim ve öğretime göre şekillenen tali bir kavram olarak kalmaktadır.[127] Ancak 80'lerin ortalarına gelince akademik bilginin önemine vurgu nispeten azalmış günlük hayatta çocuklara lazım

[127] E. Karaduman, G. Gökgöz, 2017, s. 386.

olabilecek bilgiler de programlarda yer almaktadır. Ebeveynlerin mutlak doğru olduğu fikri yine bu dönemde değişime uğramıştır. Onların davranışlarının ve yönlendirmelerinin de çocuğu olumsuz etkilenebileceği vurgulanmıştır. 80'lerin sonunda çalışkan olma ve bilginin hâlâ altı çizilse de çocuğun başarısı yalnızca akademik olarak ölçülmemekte, onların karakterine ve gündelik hayattaki olumlu davranışları da başarı olarak sayılmaktadır. Ayrıca yine bu dönemde eğlence, eğitimin neredeyse önüne geçmiştir. Sonuç olarak, 1980'lerde çocuk programları, çocukluk kavramının önemsenerek ele alındığı, çocukluğun özel bir alan olarak kabul edildiği bir yaklaşıma sahiptir.[128]

1990'larda gelindiğinde karşımıza iki farklı yayıncılık ilkesiyle hareket eden kanallar çıkmaktadır. TRT yayınlarına devam ederken bir taraftan da özel televizyon kanalları açılarak yayın hayatına başlamıştır. TRT yayın tekelinin, Türkçe televizyon yayınlarıyla delinmesi 1990 yılında Magic Box şirketinin uydu yolu ile Lihtenstein'den Star 1 adlı televizyon kanalını başlatması ile olmuştur. Kanalın ismi daha sonrasında "Inter Star" ve "Star" olarak değişmiştir.[129] TRT, çocuk programları dâhil her türlü yayınında çocuğun ve vatandaşların yararına kendi yayıncılık ilkelerini oluştururken, özel televizyonlarda Timisi'nin ifadesine göre "deneme yanılma biçiminde gelişen özel/ticari yayıncılıkta çocuk izleyiciye yönelik program tercihlerine ve planlamasına ilişkin herhangi bir ilke görülmemektedir."[130] Bir kamu yayıncısı olan TRT, eğitim, kültür, milli-manevi ve toplumsal değerlere ilişkin yayın yaparken özel kanallar da işin eğlence tarafını almışlardır. Böylelikle özel kanalların denetimi gerekli hâle geldiği için 1993 yılında Radyo ve Televizyon Yüksek Kurulu kurulmuş, 1994'te ise 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluşu ve Yayınları Hakkındaki Kanun yürürlüğe girmiştir.

[128] a.g.m., s. 387.
[129] Gülşah Sarı, "Türkiye'de Özel Televizyon Yayıncılığının Gelişimi Ve Medyanın Mülkiyet Yapısı", *Ulakbilge*, Cilt 5, Sayı: 18, 2017, s. 2090. 2087-2096.
[130] N. Timisi, 2011, s. 126.

1990'lardan incelenmek üzere biri devlet televizyonu, biri de özel televizyona ait iki adet program seçilmiştir. Bunlardan ilki, TRT'nin yapımı olan *Az Gittik Uz Gittik* isimli programdır. Program esasında 1989 yılında başlamasına rağmen, 1990 yılında yayınlanan bölümleri seçilerek izlenmiştir. Programın, Malatya, Trabzon ve Eskişehir bölümlerine YouTube isimli internet video paylaşım sitesinden erişilmiştir. Programın tamamı 71 bölümdür. Evliya Çelebi ve atı Küheylan her bölüm Türkiye'nin farklı bir şehrine giderek o şehrin tarihi ve kültürü hakkında çocuklara bilgi vermektedir. Hem animasyon hem de gerçek görüntülerin bulunduğu program bilgi verici olsa da çocuklara didaktik bir şekilde ahlaki mesaj verme kaygısı taşımamaktadır. Soru-cevap tekniği de kullanılan program, Osmanlı vurgusu yaparak ve şehrin geçmişi hakkında bilgiyi sunarak çocuklarda millî aidiyet bilinci oluşturmayı da hedeflemiştir.

1993 yılında ilk yayınını Kanal 6 televizyon kanalında yapan *Hugo ve Tolga Abi*, özel televizyon yayıncılığı içerisinden seçilen programdır. Programın ilk bölümü ve 1996 yılına ait başka bir bölümü izlenmiş, erişim YouTube isimli internet video paylaşım sitesinden sağlanmıştır. Bir yarışma formatında olan programın içeriği şu şekildedir: Kötü kalpli cadı Hugo'nun karısı ve çocuklarını bir mağarada hapsetmiştir. Hugo da onları kurtarmak için telefonları başındaki çocuklardan yardım istemektedir. Telefonun tuşlarını kullanarak üç aşamayı da başarıyla geçen çocuklar Hugo'nun ailesini kurtarmaktadır. Çocuklar aldıkları puanlara göre çeşitli hediyeler de kazanırlar. Hugo, programın sunucusu Tolga Abi tarafından "İlginç bir yaratık, ne olduğu belli değil" şeklinde tanımlanmaktadır. Hiçbir sosyal mesaj, eğitim ya da ideolojiyi iletme kaygısı bulunmayan programın tek işlevi eğlendirmektir.

1990'ların çocuk programı yayıncılığına baktığımız zaman özel kanalların çocuk programlarından ziyade dış yapım çizgi filmlere yöneldiğini görmekteyiz. Bu elbette ki özel kanalların ekonomik kaygısıyla ilişkilendirilebilir. Özel televizyonların çoğulcu bir iletişim ortamı yaratacağı varsayılmıştır. Ancak, 90'ların çocuk programları özelinden bakıldığında, çoğulculuk yalnızca çok kanallı olma özelliği göstermiştir. Kanal sayısı arttıkça çocuklar için seçenekler azalmıştır. Özel televizyon

kanallarının hafta içi bir günlük yayını incelendiğinde çocuk programlarında benzeşme açık bir şekilde ortaya çıkmaktadır. Aynı çizgi filmler her kanalı gezmekte, kanalların birbirinden farkı kalmamaktadır.[131] Özel televizyon yayıncılığında çocuk içeriklerine dair durum bu şekildeyken, TRT ise 1997 Genel Yayın Planında çocuklara yönelik programlarının hedeflerini şu şekilde sıralamıştır:

a. Türkçenin doğru kullanılmasına ve anlaşılır olmasına dikkat edilecektir.
b. Çocuğun ruh sağlığını bozacak ve kişilik gelişimi üzerinde olumsuz etkiler bırakabilecek, sebepsiz korkular ve çeşitli duygular yaşatabilecek anlatımlara, çocuğu şiddete özendiren, şiddeti temsil eden kişileri kahraman gibi gösteren yapımlara yer verilmeyecektir.
c. Çocuğu karamsarlığa, edilgenliğe, bencilliğe ve çıkarcılığa yöneltecek türde imajlardan kaçınılacak, bireysel sorumluluk duygularını ve katılımlarını arttıracak, düşündürecek, yeteneklerinin ortaya çıkmasını ve gelişmesini sağlayacak programların yapımına ve yayınına öncelik verilecektir.
d. Programlarda örnek aile yaşantıları canlandırılacak, çocukların aile dışında bir hayat yaşamaya özendirilmesine özellikle titizlik gösterilecektir.
e. Çevre ve beden temizliğiyle ilgili spotlara yer verilecektir.
f. Çizgi film ve dramaların seçiminde çocukların terbiyesi ve zihinsel gelişmesindeki olumlu rolü dikkate alınacaktır.
g. Çocuklarda okumaya özendirici, Türk çocuk edebiyatını tanıtıcı programlara öncelik verilecektir.
h. Oyun ve oyuncağın, çocuk kişilik ve beceri yeteneklerinin gelişmesinde önemli rolü olduğu göz önünde tutulacak, programlarda bu unsurlardan faydalanılacak, eğlenirken öğretme eğitim biçimindeki uygulamalara ağırlık verilecektir.
i. Çocuk programlarında toplumumuzun ortak özellikleri, davranış biçimleri, dini inançları, gelenekleri ve değer yargıları göz önünde bulundurulacak, yabancılaşmalarına sebep olacak programlardan kaçınılacaktır. Aynı ilke çocuklar için alınacak yabancı dizilerin seçimi için de gözetilecektir.

[131] a.g.e., s. 129.

j. Programda kullanılan kliplerin seçimine özel bir özen gösterilecektir. Çocuklara ait programlarda uzman kişilerle, anne ve babalardan yararlanılacak çocukların hak ve sorumluluklarını bildiren spot ve dialara yer verilecektir.[132]

TRT, çocuk yayınlarında bu kadar ilkeli ve sorumlu hareket ederken, özel televizyonların da ilkelerden ve sorumlu yayıncılıktan uzak bir tavır ortaya koyması, kamu yayıncısı olan TRT'nin karşısında konumlandığını açıkça göstermektedir. TRT eğitirken, özel televizyonlar güldürmekte, TRT bilgiye dayalı yarışmalar yaparken, özel kanallar eğlendiren yarışmalar yapmaktadır.

90'lı yıllardaki özel kanallarda çizgi film dışında çocuk programı bulmanın neredeyse imkânsız olduğu bir dönemden 2000'li yıllara gelindiğinde, iç yapım programlarında yer aldığı görülmektedir. Ayrıca bu dönemde tematik çocuk kanallarının kurulması da çocuk yayıncılığı için önemli bir adım olmuştur. Televizyonda dijital teknolojinin kullanılmaya başlamasıyla bir tema üzerine yayın yapan kanallar hızla artmıştır. Bu furya içerisine çocuklara yönelik yayın yapan tematik kanallar da eklenmiştir. Hatta çocukların yaş ve gelişim dönemlerine göre özelleşmiş kanallar da açılmıştır. Türkiye'de 2010 yılında Digitürk yayın platformu üzerinde yer alan dijital televizyon çocuk kanallarının sayısı 11 adettir, bunlar: TRT Çocuk, Baby TV, Baby First, Disney XD, Disney Channel, Cartoon Network, JoJo, Yumurcak, Çizgi Film TV, D Çocuk, Nickelodeon'dur. D-Smart yayın platformu üzerinde ise Smart Çocuk, Kidsco, Luli TV, Bebeğin TV, Planet Çocuk, Karamel TV, Maxi TV gibi 7 adet kanal bulunmaktadır.[133] Günümüzde ise lisanslı 11 adet çocuk kanalı bulunmaktadır, bunlar; TRT Çocuk, Cartoon Network, Disney Channel, Zarok TV, Disney XD, Çocuk Smart HD, Boomerang, Minika Çocuk, Da Vinci Kids, Minika Go, Nickelodeon'dur.

[132] Nilüfer Öcel, "Tv Çocuk Programlarında Biçim, İçerik, İşlev ve 5-14 Yaşın Program Seçimi Üzerine", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 11, 2001, s. 397.
[133] N. Timisi, 2011, s. 132.

Tematik çocuk kanallarında çocuklara hitap eden her türlü içerik (yarışma programları, çizgi filmler, çocuklara yönelik dizi filmler, belgeseller, vb.) günün her saatinde kesintisiz bir şekilde çocuklara ulaşmaktadır. Bu kesintisizlik çocuklar için ekran önünde çok fazla zaman geçirme anlamına gelebildiği gibi, yetişkin içeriklerine maruz kalmama anlamına da gelmektedir. Çocuklara yönelik tematik yayın yapan kanalların olumlu ya da olumsuz etkileri ayrı bir tartışma konusudur.

Sonuç olarak, geleneksel medyadaki çocuk içeriklerine dönemsel olarak bakıldığı zaman 60'ların sonlarında başlayan yayıncılık tarihi ile paralel giden çocuk yayıncılığının 70'ler boyunca ve 80'lerin başlarında dahi, didaktik, bilgiyi kutsayan, okul başarısını her başarının önünde tutan, amacı eğitmek olan programlardan oluştuğunu görmekteyiz. Modern dönemin de bir getirisi olarak modernist çocukluk paradigması geleceğin yurttaşı olan çocukları ideal vatandaş olarak yetiştirmeyi hedefler. Bu doğrultuda kamu yayıncısı olan TRT, çocukları yurt kalkınmasındaki bilim neferleri olarak görmekte ve içeriklerini bu doğrultuda hazırlamaktadır. Egemen erk, çocuklara ideolojik tüm mesajları çocuk programları yoluyla iletmektedir. Yetişkinlerin mutlak otorite figürü olduğu bu içerikler 80'lerin ortalarında bir kırılma yaşamış, yetişkin otoritesi sorgulanmaya başlamıştır. Çocuk başlı başına bir birey olarak algılanmış onun duygu ve düşüncelerini de önemseyen yapımlar ekranlarda yer almaya başlamıştır. Ayrıca akademik bilginin yanı sıra gündelik hayat pratiklerine ilişkin kullanışlı bilgiler de yine bu dönemde çocuk yayınlarının içine girerek eğlence unsurları arttırılmıştır. 80'lerin sonunda ise eğlence unsurunun iyice ön plana çıktığı görülmekte ezberci bilgiden ziyade daha pratik ve ilgi çekici bilgilerle program içerikleri hazırlanmaktadır. Artık hem eğlenme hem öğrenme beraber yer almaya başlamıştır. 90'lı yıllara gelindiğinde ise özel televizyonların açılmasıyla, çocuk yayınları farklı iki koldan devam etmiştir. TRT'nin ilkeli ve sorumlu yayıncılığına karşı, özel televizyonların eğlencenin ön planda olduğu, yabancı yapım çizgi filmlerin çoğunlukla yer aldığı yayınlar ortaya çıkmıştır. TRT, çocuklara ideolojik ileti gönderme dozunu düşürse de, bu türden iletilerin özel kanallarda hiç bulunmadığını söylemek mümkündür. 2000'li yıllarda ise tematik yayın yapan çocuk kanallarının açılması, çocuk yayıncılığı açısından oldukça önemli bir gelişme olmuştur. Artık çocuklar yetişkinlerin izledikleri kanallarda çocuk kuşağına denk gelmek için

beklemeyecek, kendileri için üretilen özel içeriklere günün her saatinde kesintisiz olarak ulaşabileceklerdir.

2.2.1.2. Radyo

Radyonun icadı, haberin ve bilginin tek merkezden hızlı bir şekilde hanelere dağılmasını sağladığı için insanlık tarihinde önemli dönüm noktalarından biri olmuştur. Radyonun bugünkü anlamda bir kitle iletişim aracı olarak kullanılması 1920'den sonra başlamıştır. Amerika Birleşik Devletleri'nde 2 Kasım 1920'de ilk radyo yayını yapıldığında dinleyici sayısı 500 ile 2 bin arasında değişmekteydi. Amerika'dan sonra radyo; İngiltere, Fransa ve Sovyetler Birliği'nde 1922'de, Almanya'da ise 1923'de hizmete girmiştir. Türkiye ise dünyayla hemen hemen aynı dönemlerde radyo teknolojisine kavuşmuştur. Ülkemizde ilk radyo yayıncılığı 1927'de Ankara'da yapılmıştır. Radyonun yurt genelinde yaygınlaşması ise ekonomik sebeplerden dolayı ancak 1960'lı yıllarda olmuştur.[134]

Televizyonun olmadığı ve gazete basımının yaygın olmadığı dönemde radyo, hitap ettiği geniş kitleler açısından dönemin en etkili kitle iletişim aracı olmuştur. Radyo, ayrıca sunduğu imkânlar doğrultusunda devletin oldukça etkin kullandığı da bir aygıttır. Türkiye'de radyo, ilk yıllarından itibaren etkin bir propaganda aracı olmasının yanı sıra, eğitim ve öğretim faaliyetlerini destekleyici bir araç olarak değerlendirilmiştir.[135]

Türkiye'de radyo dinleyicilerinin ciddi bir kısmını kadınların oluşturması, çocuklar için önemli bir gelişmedir. Çünkü evde oturan, ev işi ile uğraşan ve çocuk

[134] Nurettin Bay, Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı, Yasal Süreçte Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Selçuk Üniversitesi Radyo Televizyon Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2006. s. 11.
[135] Türker Erol, "Radyo Çocuk Kulübü ve Müzik Yayınları Üzerine Bir Araştırma", *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, Cilt 26, Sayı: Müzik Özel Sayısı, 2020, s. 338. 338-352

yetiştiren kadınların radyo dinlemesi, evdeki çocukların da radyo dinlemesi anlamına gelmektedir. Bu bağlamda ilk düzenli kadın yayınları da oldukça erken dönemde 1939 yılında "Evin Saati" isimli program ile başlamıştır.[136] Radyo, kadınlara geniş bir yelpazede ulaşsa da ne yazık ki çocuklara yeterince ulaşılamamış, belki de radyo yayınlarında çocuk dinleyici ihmal edilmiştir. Pembecioğlu, radyonun çocuklar üzerinde yeterli etkiyi sağlayamamasını şu şekilde açıklamıştır, "Radyonun gerek yalnızca sesli olması gerekse hazırlanan programların azlığı ve teknik olanaksızlıklar nedeniyle çocuklara yeterince ulaşamaması gibi nedenlerden dolayı çocuklar üzerinde diğer kitle iletişim araçları kadar etkili olamamıştır."[137]

Radyodaki çocuk içerikleri yayınları tüm yayınlar içerisinde oldukça az yer kaplamaktadır. Radyoda çocuklara yönelik yayınlar bakımından TRT 1'deki programların oranı 1976'da yüzde 2 iken, 1977'de yüzde 2.8'e TRT 2'de yüzde 0.9'dan yüzde 1'e çıkabilmiştir. Gençlik yayınlarına ise ancak TRT 2'de 1977'de kuşak yayınlarında yüzde 0.7'lik yer vermiştir. Bu yayınlarla TRT okul öncesi çocuklarına masal, okul çağı çocuklarına çocuk saati, çocuk oyunları ve çocuk tiyatrosu ile gençlere yönelik gençlik saati ile hizmet götürmüştür.[138] Yayınların azlığı, çocukların radyoda ihmal edildiği anlamına gelmekle birlikte, çocukların radyo dinlemeye gönüllü olmadıkları anlamına da gelebilmektedir. Çünkü 70'lerde televizyon yayıncılığının başlamasıyla yayınların hatrı sayılır bir kısmını çocuk içerikleri oluşturmuştur.

Radyodaki çocuk programları uzun bir süre "Çocuk Saati" programı ile sınırlı kalmıştır. Çocuk Saati programının başlangıcına bakıldığı zaman ise "Radyo Çocuk Klübü" olarak karşımıza çıkmaktadır. Türkiye'de radyo yayın tarihimiz bakımından Radyo Çocuk Kulübü, çocukların eğitimine yönelik ilk önemli programlardandır. 1941 yılından itibaren ortalama 9 yıl devam etmiş olan Radyo Çocuk Kulübü, kendisinden önce yapılan programlara göre daha sistemli ve çocuklara uygun bir şekilde

[136] Nilüfer Pembecioğlu, *İletişim ve Çocuk*, Ebabil yayınları, Ankara, 2006, s. 182.
[137] a.g.e., s. 184.
[138] a.g.e., s. 184.

kurgulanmıştır.[139] Daha önce çocuklarla ilgili programlar, çocuk bakımı ile ilgili olup genelde anne ve babalara hitap eden yayınlardı ancak Radyo Çocuk Kulübü ile yayın içeriği çocuklara hitap etmeye başlamıştır.

Kulübün üyeleri, sınavı geçen yetenekli çocuklardan oluşmakta, seçilen bu çocuklar kulüpte seslendirme, tiyatro ve teknik konularda çeşitli eğitimler alarak geleceğin sanatçıları olarak yetiştirilirlerdi. Radyo Çocuk Kulübü'nün kuruluşu, 1941 yılına ait Radyo dergisinde şu şekilde anlatılmaktadır: "Radyo çocuk programı 19 Şubat 1941'den beri Radyo Çocuk Kulübü adı ile bir şahsiyet kazanmıştır. Radyo Çocuk Kulübünün çalışkan üyeleri mikrofon başındaki küçükler, programları hazırlayıp idare eden de Ayşe Abla'dır"[140] Kulübün hazırladığı programlar müzik ve tiyatro üzerine kurgulanmıştır. Kulüpteki çocuklar rol yapmak ve şarkı söylemek zorundaydılar. Böylelikle sanatın pek çok alanıyla bu kulüpte ilgilenebiliyorlar ve icra edebiliyorlardı.

Ancak, 1950 yılına gelindiğinde Radyo Çocuk Kulübünün yetkileri siyasi sebeplerle radyodan alınarak Millî Eğitim Bakanlığına verilmiştir. Böylelikle adı da Radyo Çocuk Saati olarak değiştirilmiştir. Program günümüzde dahi aynı isimle yayınlarına devam etmektedir. Çocuk programlarında yetkinin tamamen Bakanlığa devredilmesini egemen siyasal otoriterin, bütün yetkiyi kendisinde topladığı bir uygulaması olarak değerlendirebiliriz. Yani radyo yürütülecek çocuk programlarında Bakanlığın onayından geçecek sıkı bir denetim söz konusudur. Radyo Çocuk Saati, Millî Eğitim Bakanlığı denetiminde, "programlarda yer alacak söz metinlerinin ve müziklerin kontrol yetkisini komiteye vermiştir"[141] Program hakkında detaylı çalışma yapan Türker Erol, "Radyo Çocuk Kulübü müzik yayınları, o dönem oldukça etkin olan Gökalp'in çerçevesini çizdiği Milli Musiki anlayışını çocuklar özelinde ele alan ve müzik zevk ve terbiyesini bu yönde değiştirmeyi amaçlayan yayınlardır."[142]

[139] T. Erol, 2020, s. 340.
[140] T. Erol, 2020, s. 341.
[141] a.g.m., s. 343.
[142] a.g.m., s. 348.

ifadelerini kullanmıştır. Ancak program yalnızca çocukların müzik zevk ve terbiyesini değiştirmeyi amaçlamamıştır. Devlet denetiminde yayın yapan Radyo Çocuk Kulübü, dönemin siyasi politikalarından bağımsız yayın yapamayacağından dolayı çocuklar için seçilen her içerik dönemin otoritesiyle ilişkili bir şekilde belirlenmiştir. Radyo Çocuk Kulübü'nün, söylediği şarkılar ve sahneledikleri temsiller sıradan eserler değil, kurgulanmış özel olarak hazırlanmış eserlerdir. Bu dönem bestelenen çocuk şarkılarının ağırlıklı olarak genel karakteristiği, Türk kimliğini öne çıkaran, vatan, ulus ve milliyetçilik gibi kavramları birleştirici ögeler olarak ele alan parçalardır.[143]

Özetle, Ankara Radyosu'nun kurulmasıyla yeni bir kimlik kazanan radyo, daha düzenli ve sistemli bir yayın anlayışı sergilemiş, bu kapsamda nadir de olsa çocuklara yönelik özel programlar düzenlemiştir. Başlangıçta sistemli olmayan çocuk programlarının, 1941 yılında Radyo Çocuk Kulübü'nün kurulmasıyla farklı bir kimlik kazandığını söylemek yanlış olmayacaktır. Yurtdışındaki örnekleri ile benzer bir içeriğe sahip olan Radyo Çocuk Kulübü, pedagojik yaklaşımla hazırlanan ilk çocuk programıdır.[144] İçeriği çocuklara hitap etmekte, amacı ise çocukları eğitme üzerinedir. Dönemin TRT'si, Çocuk Yayınlarını, Eğitim Yayınları içerisinde değerlendirmiştir. Planda, çocuk yayınları, okul öncesi, okul çağı ve ergenlik öncesi olarak üçe ayrılır. Çocuk yayınları, genel olarak 1–16 yaş arası kuşakların iyi insan, iyi yurttaş ve her türlü çağdaş gelişimleri kolaylıkla kabule hazır bir hayat anlayışı içinde yetişmeleri amacıyla düzenlenmiştir.[145] Kamu yayıncısı olan TRT çocuk yayınlarıyla ilgili amacını açıkça ifade ederek temelde iyi yurttaş olmaları için eğitilmeleri gerektiği kabulüyle içeriklerini çocuklarla buluşturmuştur. Radyo Çocuk Kulübü, dönemin siyasi anlayışıyla paralel olarak temelde, Cumhuriyet ilke ve devrimlerinin radyo vasıtası ile aktarılmasını amaçlayan bir program formatı olmuştur. Bu format kapsamında yürütülen her faaliyet, sadece bir eğlence aracı değil, aynı zamanda çocukların eğitilmesi amacıyla hazırlanmıştır.[146]

[143] a.g.m., s. 348.
[144] a.g.m., s. 348.
[145] Sibel Nart, 1964-1980 Arası Trt Radyo Yayın Politikaları, Ankara Üniversitesi Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara, 2009, s. 169.
[146] T. Erol, 2020, s. 348.

Radyodaki çocuk yayınlarındaki içeriklerin, televizyondaki çocuk içerikleri gibi başta çocukları eğitmek olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır. Eğlence unsurunu da içerisinde barındıran radyo yayınlarında, bu unsurlar daha çok sanatsal kaygılar da gözetilerek müzik ve drama üzerinden ilerlemiştir. Yayın içeriklerinin amacı olan eğitimin yönü ise, iyi yurttaşlar yetiştirme üzerinedir. Dönemin iyi yurttaşının özelliklerine uygun şekilde hazırlanan format ve seçilen şarkılar gerek kulüpteki çocuklar için gerekse dinleyici çocuklar için yönlendirici etkiye sahip olmuştur.

2.2.1.3. Dergi

Çocuk dergileri, ilköğretim çağında bulunan ve okula devam eden öğrencilere yönelik olarak çıkarılmış, amaçlarını eğitim ve eğlence olarak belirtmiş yayınlardır.[147] Dünya'da çocuk gazeteleri ilk defa 18. yüzyılın sonlarında İngiltere'de ve daha sonra Fransa'da ortaya çıkmış yayınlardır. Çocuklara yönelik dergiler ise 19. yüzyılın ikinci yarısından başlayarak günümüze kadar gelişerek gelmiştir.[148] Ülkemizde ise yazılı çocuk edebiyatının gelişimi modern Türk edebiyatının gelişimi ile birlikte başlamıştır. Yazılı çocuk edebiyatından önce, elbette ki çocuk edebiyatı vardı ve sözlü olarak toplumun her kesiminde kullanılıyordu. Masal, tekerleme, bilmece, halk deyişleri, ninniler ve kahramanlık hikayeleri hem çocuklara hem de yetişkinlere anlatılıyor, bunun için özel hikâye anlatıcıları bile bir meslek grubu olarak toplumda yer alıyordu.

Ülkemizde ilk çocuk dergileri Tanzimat döneminde günlük gazete ekleri olarak neşredilmiştir.[149] Türkiye'de ilk çocuk gazetesi ise 1869'da Sıtkı Efendi'nin *Mümeyyiz*

[147] N. Terkan, 2011, s. 49.
[148] Kübra Güran Yiğitbaşı, "Türkiye'de Çocuk Dergiciliği: TRT Çocuk Dergisi Örneği", *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 5, 2014, s. 40.
[149] Hüseyin Şimşek, "XIX. Yüzyıl Çocuk Dergiciliği ve Eğitsel İşlevleri Üzerine", *Milli Eğitim Dergisi*, Sayı: 151, 2001, s. 5.

gazetesi olarak kabul edilmektedir. Aynı adla bir gazetenin haftalık eki olarak yayınlanan *Mümeyyiz*, 49 sayı yayınlanarak ilk çocuk dergisi ünvanına sahip olmuştur.[150] Derginin amacı, her an kötü yola sapabilecek denetimsiz bir varlık olarak görülen çocuğa, kötü yola sapmanın zararlarını anlatmak, ahlaklı ve çalışkan çocuk yetiştirmek olarak belirtilmiştir.[151] En uzun ömürlü çocuk dergilerinden biri olan *Çocuklara Mahsus Gazete*, "kız ve erkek bütün çocukları daha iyi ahlaklı, daha bilgili hâle getirmeye hizmet etmek gayesiyle" 1896'da yayına başlamış, hikayeler, masallar, şiirler ve toplumu ya da insan sağlığını ilgilendiren konulara ilişkin yazılara da yer vermiştir.[152] Benzer şekilde *Çocuklara Rehber* dergisi, "kız ve erkek çocukların ahlakını temizlemeye ve bilgilerini arttırmaya yarayan haftalık dergi" künyesiyle 1897'de yayımlanmıştır.[153] Bu dönemde yayımlanan dergiler haftalık ya da iki haftalık olarak düzenleniyordu. İçerikleri genelde yabancı dergilerden alınmakla birlikte, Türk halk edebiyatına dair öykülere de azınlıkla yer verilmiştir.

Dönemin çocuk dergilerinin künyelerinde belirtildiği gibi, dergiler "iyi ahlaklı, doğru yolda ve bilgili çocuklar" yetiştirme amacıyla basılmıştır. Dönemin siyasi ve sosyal şartlarına göre hareket eden çocuk dergileri, çocuğun toplumsallaştırılması ve siyasal bağlılık yaratılması yönünde işlev görmüşlerdir. 18. yüzyılda Cumhuriyet öncesi Türk dergileri, örf ve adetleri koruma, faziletli, iyi ahlaklı vatandaşlar yetiştirmeyi amaçlamıştır. Dönemin çocuk dergilerinde çocukların pısırıklığı ve bilgisizliğinden yakınılmış ve bunlara yol açan eğitim sisteminin değişmesi gerektiğine işaret edilmiştir.[154] Cumhuriyet öncesi dergilerin içeriklerine bakıldığı zaman, ağırlıklı olarak öğüt veren ahlaki yazılar ve kıssadan hisse öykülerin yer aldığı görülmektedir. Örneğin *Mümeyyiz*'de "Kız Çocuklarına Nasihatler" adlı özel bir bölümde kız çocuklarının ırz ve namusunu korumak için öğütler verildiği görülmektedir. Ayrıca yine bu dönemdeki çocuk dergilerinde başta padişah olmak üzere büyüklere saygılı davranmaları, yaşıtlarıyla iyi geçinmeleri, dürüst, namuslu, diğer insanlara faydalı, yardımsever bireyler olmaları için nasihatlerde

[150] K. Güran Yiğitbaşı, 2014, s. 41.
[151] N. Terkan, 2011, s. 93.
[152] K. Güran Yiğitbaşı 2014, s. 42.
[153] N. Terkan, 2011, s. 94
[154] a.g.e., s. 95.

bulunulmaktadır.[155] Artık yeni bir eğitim aracı vardır; çocuk dergileri. Hâkim güç, bu dergiler üzerinden çocuğa ulaşarak diledikleri mesajı verebilmekte, istedikleri şekilde çocukları eğitebilmektedir.

Çocuk dergileri, dönemin sosyal ve siyasi kaygılarına göre şekillenmiştir. Egemen güç kimin elindeyse, otorite kendi doğrularına göre dönemin medyasını yönlendirmiştir. Cumhuriyet'in ilanından sonraki ilk çıkan dergilere bakıldığı zaman, çocuk dergilerinin ideal yurttaş yetiştirmek için ideal çocuğu yaratmaya çalıştığı ve bu doğrultuda her türlü bilgiyi kapsadığını görmekteyiz. Yine bu dönemde çıkan dergilerde vatan sevgisini ve Atatürk ilke ve inkılaplarını pekiştirmeye yönelik içerikler mevcuttur.[156] Tıpkı aynı dönemde Türk edebiyatında milli bir dönemin başlayarak, üretilen metinlerin milli birliği ve milli direnişi destekleyecek minvalde yazılması ve devrimlerin özümsenecek biçimde ele alınması gibi, çocuk dergileri de dönemin siyasi ve sosyal beklentilerini karşılamıştır. Çocuklar bu dönemde milli bir nesil olarak görülmekte ve milliyetçilik anlayışı üzerine yetiştirilmeye çalışılmaktadır. Dönemin çocuk dergileri de bu ihtiyaca cevap vererek içeriklerinde ağırlıklı olarak milli temaları işlemişlerdir. Örneğin *Gürbüz Türk Çocuğu* dergisi "Türk devletinin aslı ve asıl adı Türk Çocuğu'dur. Sakarya ne ise Türk Çocuğu odur."[157] ifadesini kullanarak çocuğu da devletin meseleleri içerisine dâhil etmiştir.

1950'lere kadar millî bilinç oluşturma çabasının yüksek olduğu çocuk dergileri önemini korurken, bu tarihten sonra yeni bir tema çocuk dergilerine girmiştir. Dini motifli dergiler ilk defa 50'lerde kendini göstermeye başlamıştır. Aslında Türkiye'de din her dönemde toplumsal olarak önemli ölçüde var olmasına rağmen, çocuk dergilerine bu dönemde girmeleri oldukça şaşırtıcıdır. Ancak, dönemin siyasi durumuyla da paralel olarak dini içerikli çocuk dergilerinin sayısı 80'lerde ve 90'larda hızlı bir şekilde artacaktır. 50'lerde yine çocuk dergileri açısından önemli bir gelişme olarak çizgi romanlar sayılabilmektedir. 1950 – 1960 arası yayına giren 51 derginin

[155] a.g.e., s. 93.
[156] A.g.e., s. 100.
[157] E. Konar, "Gürbüz Türk Çocuğu Dergisi", *Tarih ve Toplum*, Sayı: 235,2003, s. 20.

33'ü ve 1960 – 1970 arası yayımlanan 84 derginin 57'si çizgi roman türündendir.[158] Böylelikle çocuk dergilerinde bir görselleşmeye gidildiği açıktır. Bu da dergilerdeki içerik değişimi olarak okunabilir; eğitimden ziyade çocuk dergilerinin içeriklerinde eğlence faktörü de kendini göstermeye başlamıştır.

1980'lerde yayıncılık ve baskı teknikleri gelişmiş, dergilerin görsel kalitesi artmıştır. 90'larda da devam eden bu sürece, tüketim de eşlik etmiştir. Artık çocuk dergileri sayfalarına reklam almakta hatta bankalar dahi çocuk dergileri çıkarmaktadır. Aslında çocuk dergilerindeki bu değişim Türkiye'nin medyasındaki değişimle tamamen ilişkilidir. 90'larda açılan özel televizyonlarla medyadaki rekabet artmış, çocuk dergileri de bu rekabet pazarında paylarına düşeni almışlardır. 2000'lerde artık dergiler nerdeyse tamamıyla içerik olarak popüler kültür ikonları ile poster, hediye ve ilandan oluşan bir yapıya bürünmüştür.[159] Tüketim, dergilerin temel kaygısı olmuş, dergiler çocukları da bu şekilde yönlendirmekten kaçınmamışlardır.

Özetle, çocuk dergiciliğinin başlangıcı olarak kabul edilen 19. yüzyıldan başlayarak Cumhuriyet'in kuruluşuna kadarki süreçte çocuk dergileri, çocuklara ahlaklı, çalışkan, dürüst, cesur, iyi kalpli ve saygılı olmayı öğütlemiştir. Çocukların otoriteye itaatlerini sağlamakta dergiler de aracı olarak kullanılmıştır. Cumhuriyet'in ilanından sonra yeni bir toplum inşasının hedeflenmesiyle, çocuklar da bu toplumun gelecekteki yurttaşları ve eğitilmeleri en kolay grup olduğu için çocuk dergileri bu dönemde yeni bir yüzle okur karşısına geçmiştir. Artık amaç ahlaklı, duyarlı, erdemli, iyi kalpli çocuk yetiştirmekten ziyade, vatan sevgisiyle ve millî inançla dolu Türk çocuğu yetiştirmek olmuştur. Dergilerin içerikleri de bu yönde değişmiştir. Ancak 50'lerde yaşanan kırılmayla, artık dergilerin "ideal çocuk" yaratma işlevinin önüne eğlence odaklı içerikler geçmiştir. Görsellerin daha fazla yer aldığı, çocukların sayfalarda daha kaliteli basımlarla ve daha eğlenceli içeriklerle karşılaştığı dergiler

[158] Ş. Gençel, "Çocuk Dergileri", *Türkiyede Dergiler Ansiklopediler*' den aktaran N. Terkan, 2011, s. 103.
[159] Dilara Nergishan Koçer, "İdeal Çocuk'tan 'Küresel Tüketici'ye: Türkiye'de Çocuk Dergileri ve Çocuk İmgesi", *Motif Akademi Halkbilim Dergisi*, Cilt 13, Sayı: 31, 2020, s. 1234.

ortaya çıkmıştır. Ekonomi ve serbest piyasanın da etkisiyle çocuk dergileri de geleneksel medya içerisinde bir tüketim nesnesine dönüşerek popüler kültürün satıcısı konumuna gelmiştir. Sonuç olarak, çocuk dergileri ister "Cumhuriyetçi", ister "milliyetçimuhafazakâr" ya da "küresel kapitalizm"in temsilcisi olsun değer aşılama işlevi görmeye devam etmektedir. Ancak bundan sonra çocuk dergilerinin, gerçek tanımına uygun yani okuma alışkanlığı kazandıracak, insani değer aşılayacak, bir yandan evrensel değerlere ait mesajlar verirken bir yandan da toplumsal birlik ve dayanışmayı sürdürecek ortak değerleri canlı tutacak mesajlar vermesi yalnızca ticari kaygı gütmeyen dergiler sayesinde mümkün olabilecektir.[160]

Tıpkı televizyon bölümünde de bahsedildiği gibi, çocuk dergileri de çocuklara yönelik içerikler üretirlerken dönemin egemen erkinin ve otoritesinin çocuğu ve ideal vatandaşı nasıl görmek istediğiyle alakalı olarak bir değişim geçirmiştir. Aslında, geleneksel medyadaki çocuk içeriklerine, dönemsel olarak bakıldığı zaman televizyonun, radyonun ve derginin hemen hemen aynı dönemlerde aynı kaygıyla benzer içerikler ürettiklerini söylemek yanlış olmayacaktır.

2.2.2. Geleneksel Medyanın İdeal Çocuğu

Türkiye'nin modernleşme sürecine girmesiyle, dönemin medyası modern unsurları toplumda ekecek önemli bir araç olarak kullanılmıştır. Gazete, kitap ve dergiler dönemin siyasi atmosferine hizmet edecek şekilde üretilerek adeta ısmarlama metinlere dönüşmüşlerdir. Amaç halkı eğitmek ve modern ulusların seviyesine taşımaktır. Hâkim gücün halktan istediği, devletine bağlı iyi vatandaşlar olmalarıdır. Böylelikle siyasi olarak ideolojiler değişirken sosyal olarak da vatandaşın değişmesi beklenmekte bu uğurda medya da aktif olarak kullanılmaktadır. Çocuklar da otorite açısından geleceğin vatandaşları olarak siyasi bir önem kazanmışlardır. Çocuklar artık

[160] a.g.m., s. 1234.

hâkim otorite tarafında ideal vatandaşlar olarak geleceğe hazırlanacaklardır. Yazılı basının hâkim olduğu dönemin medyasına bakıldığı zaman, ideal çocuk tanımını ve otoritelerin ideal çocuktan beklentisini anlamamız mümkün olacaktır.

19. yüzyılın ilk yarısından başlayarak Cumhuriyet'in ilk yılları da dâhil olmak üzere 20. yüzyılın ortalarına kadar olan dönemde karşımıza çıkan basılı medya ürünlerinin büyük çoğunluğunun çeviri metinler olduğunu görmekteyiz. Bu da, Türk modernleşmesinin Batı modernleşmesi ile aynı yoldan yürümek istediğini göstermektedir. En azından çocukların eğitimi noktasında çıkış noktaları aynıdır. Metinlerin gerçekçi, somut ve öğüt verici olduğu görülmektedir. Romanlarda başkarakter üzerinden ideal çocuk ve vatandaş tanımı yapılmaktadır. Böylelikle çocukların terbiyeleri, medya üzerinden de verilmeye başlanmıştır. Mesaj açıktır; dönemin ideal vatandaşı ve dolayısıyla ideal çocuğu, devletine bağlı, sadık, kendisinden çok devletin çıkarlarını ve etrafındakileri düşünen, üreten, toplumsal değerleri yetişkinlere dahi hatırlatan, hiçbir zaman kültürel değerlerden vazgeçmeyen bireylerdir. Çocuğa âdeta bir kahraman rolü tanımlanmıştır; ulusun geleceği onun ellerindedir. Böylelikle "kutsal çocuk" tipi geliştirilmiş ve çocuklar bu şekilde yetişmeleri için dönemin medyası tarafından da yönlendirilmişlerdir.

Medyanın yeni formlarının ortaya çıkışı, dönemin ideal çocuk tasarlamadaki etkilerine destek olmaya devam etmiştir. Artık işitsel ve görsel medya halk tarafından erişilebilir olmuş, egemen güçler medyayı kullanarak halka diledikleri iletileri göndermekte daha geniş alanlar bulabilmişlerdir. Devlet politikalarının, siyasi ve ekonomik düzenin değişmesiyle, yeni ideolojilere göre ideal çocuk tanımının yapılması da zorunlu hâle gelmiştir. ideal çocuğun oluşumunda artık yeni medya organları vardır; radyo ve televizyon. 1990'larda özel televizyonlar açılana kadar, radyo ve televizyon yayınları, zaten devlet eliyle kamu yayıncılığı yapmaktadır. Böylelikle hâkim güç tarafından kullanılmaya ve mesaj iletmeye oldukça müsaittir. Yukarıdaki bölümlerde yapılan içerik incelemesinin neticesinde, dönemin ideal çocuğu için en önemli meselenin eğitim olduğu anlaşılmıştır. 1950'lerden 90'lara kadar medyanın da desteği alınarak oluşturulmaya çalışılan ideal çocuk, bilim ve

eğitimi hayatının merkezine alarak, çocukluğun doğasından gelen oyun ve eğlenceyi dahi ikinci planda bırakan geleceğin yurttaşlarıdır. Okul başarısı her şeyin üzerinde tutulurken, yardımlaşma, büyüklere saygı ve itaat gibi erdemler de ideal çocukta bulunması gereken özelliklerdir. Yani, medyanın da desteğiyle "bilge çocuk" tipi oluşturulmuştur. Buna ek olarak, 1950'lerde DP'nin liberal ekonomi uygulamaları kitle basınını yaratmış, 70'lere uzanan çocuk süreli yayınlarında Türk çocuğu imgesi yeniden üretilmeye devam etmiştir. En azından vatansever Türk çocuğu özelliği korunmaktadır.[161] Böylelikle, "bilge Türk çocuğu", dönemin ideal çocuk anlayışı olarak ortaya çıkarılmıştır.

20. yüzyılın son çeyreğinde Türkiye bir yandan küresel ekonomik sisteme eklemlenmeye çalışırken bir yandan da toplumsal yapı radikal bir değişim geçirmeye başlamıştır. Bu süreç, dünyada egemen olmaya başlayan neoliberal politikalara paraleldir ve sosyo-ekonomik ve siyasal bir dönüşüme yol açmıştır.[162] Özel televizyon kanallarının da yine bu dönemde ortaya çıkışıyla birlikte daha öncesinden sinyallerini vermiş olan medyanın eğlendirme işlevi ön plana çıkmıştır. Medyanın her alanında kendisini gösteren bu değişim, elbette ki dönemin ideal çocuk tanımını da değiştirecektir. Erken dönemlerdeki didaktik bir şekilde çocukları eğiten yapımların yerini eğlencenin daha önde tutulduğu içerikler almıştır. Bunların bir kısmı başta eğlendirirken arka planda eğitmekte bazıları sadece eğlendirerek hiçbir eğitme kaygısı taşımamaktadır. Çocukların da artık daha fazla yetişkin içeriği olan dizilere maruz kalmasıyla, çocuğun eğlence tanımı da değişmiştir. Özel televizyonların rekabetçi dünyası da bir taraftan reklamı öne çıkararak, tüketim kültürünü çocuklar dâhil tüm bireylerde teşvik etmiştir. 1980'lerde çocuk dergilerinde ortaya çıkmaya başlayan reklamları 90'larda televizyonlardaki reklam kuşakları takip etmiştir. Dolayısıyla, artık "üretim toplumunun ortak yararı, yerini tüketim toplumunun bireysel harcama ve çıkarlarına" bıraktığı 21. yüzyılın ideal çocuğu da aynı anlayışla şekillenmektedir. Bu yeni çocuğun en ayırt edici özelliği "toplumsal değerlerden ziyade bireyci değerlerle toplumsallaşmasıdır."[163] Postmodern çocukluk paradigması içinde, medyanın

[161] a.g.m., s. 1233.
[162] a.g.m., s. 1230.
[163] a.g.m., s. 1232.

destekleriyle artık yeni bir ideal çocuk anlayışı vardır: benmerkezci, rekabetçi, toplumsal değerleri koruma gibi bir sorumluluğu olmayan, yetişkinlerin dünyasına girmiş, tüketen ve daima talep eden "hazcı çocuk".

Sonuç olarak, tarihsel süreç içerisinde siyasi ideolojilerin geliştirdiği ve ürettiği geleceğin vatandaşı olacak ideal çocuk tipleri vardır. Siyasi otoriteler ideal çocuğu yetiştirmek için her zaman medyadan destek alarak, bu doğrultuda medyanın tüm yazılı, işitsel ve görsel araçlarını kullanmışlardır. İlk etapta yazılı medyanın yardımıyla "kutsal çocuk" tipi oluşturulmuş, ikinci olarak görsel ve işitsel medyanın desteğiyle "bilge Türk çocuğu" tipi geliştirilmiştir. Son olarak, özel televizyon kanallarının açılması ve diğer medya mecralarındaki çeşitliliğin artmasıyla rekabet ortamı oluşmuş ve oluşan bu yeni ortam "hazcı çocuk"u ortaya çıkarmıştır. Aslında, dönemsel olarak ideal çocuk tipinin değişmesi, çocuk tanımının değişmesiyle de ilişkilidir. Geleceğin vatandaşları olan çocuklardan egemen güçlerin ne beklediği, çocukluğun aslında o önem için ne olduğuyla alakalıdır. Yani, çocukluğun günümüzde dahi tek bir tanımı yapılamamakta, medyanın da etkisiyle her geçen gün yeni çocuk ve çocukluk tanımları hâkim söylem tarafından geliştirilmektedir.

2.2.3. Geleneksel Medyada Çocuk Temsili

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK)'nun güncel verilerine göre, 2019 yıl sonu itibarıyla, Türkiye nüfusu 83 milyon 154 bin 997 kişi iken bunun 22 milyon 876 bin 798'ini çocuklar oluşturmaktadır. Birleşmiş Milletler tanımına göre; 0-17 yaş grubunu içeren çocuk nüfus, 1970 yılında Türkiye'de toplam nüfusun %48,5'ini oluştururken, bu oran 1990 yılında %41,8, 2019 yılında %27,5 olmuştur. Avrupa Birliği (AB) üye ülkelerinde 2019 yılında çocuk nüfusun toplam nüfus içindeki oranı incelendiğinde; AB-28 üye ülkelerinin çocuk nüfuslarının toplam nüfus içindeki oranı %18,6 olarak

güncellenmiştir.[164] Dünya nüfusuna baktığımız zaman ise, toplam nüfusun %30,3'ünü çocuklar oluşturmaktadır. Böylesi büyük bir nüfusa sahip bir grubun, medyada benzer bir oranda yer alması beklenmektedir ancak ne yazık ki bu oran nüfus içerisindeki oran ile doğru orantılı değildir. Dünyadaki çocukların medyada yer alma oranları sadece %5'tir. Benzer bir oran Türkiye için de geçerli olup Türkiye'de çocuk nüfusu neredeyse toplam nüfusun üçte birini oluştururken, çocukların medyada temsil edilme oranı %4'te kalmaktadır.[165]

Medyadaki çocuk temsili dünya genelinde bu kadar düşükken akıllara, medyada çocuk temsili niye önemlidir sorusu gelmektedir. Esasında, medya ürettiği çocuk imgelerine yüklediği anlam ile toplumsal algıya yön vermektedir.[166] Böylelikle, çocuğun medyada nasıl temsil edildiğinin anlaşılması, medyanın çocuk üzerine kurduğu imgenin anlaşılması ve toplumun çocuğu algılayış biçimi ile paraleldir. Bir toplumun medyasındaki çocuk temsili, o toplumun çocuk tanımı ve çocuğun sosyal konumu hakkında önemli ipuçları vermektedir. Ayrıca, neyin seçilip nasıl gösterileceği de temsil edilecek figür açısından oldukça önemlidir çünkü onun toplumdaki yeri ve önemi bu temsile göre belirlenecek veyahut bu temsile göre değişecektir.

Geleneksel medyada ileti tek taraflı gönderildiği için çocukların da içinde bulunduğu izleyici grubu, pasif bir konumda gelen iletilere ve mesajlara maruz kalmaktadır. Böylelikle pasif ve edilgen izleyici çocuğun medyadaki izdüşümü de pasif ve edilgendir diyebilir miyiz? Bu sorunun cevabı ancak değerlendirmeler sonunda verilebilecektir. Ancak şu açıktır ki, her dönemin medyasındaki çocuk temsili, o dönemin ideal çocukluk anlayışıyla yakından ilişkilidir. Tanzimat döneminde yazılı basın, romanlarda ideal çocuğu vatanperver, eğitimli, toplumsal değerlerin koruyucusu olarak şekillendirmiştir. İdeal çocuğu bazen iyi örnekler

[164] https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33733 (17.04.2020)
[165] Ezgi Koman, Şeyma Özkan, "Türkiye Yazılı Basında Çocukların Temsili", Hrant Dink Vakfı, Yayımlanmış Araştırma, İstanbul, 2018, s. 5.
[166] S. Güven, 2015, s. 11.

üzerinden anlatırken bazen de kötü örnekleri göstererek iyiye yönlendirmiştir. Örneğin, *Araba Sevdası* romanındaki başkarakter Bihruz Bey, babasının işi dolayısıyla il il dolaştığı için küçüklüğünde düzgün bir eğitim alamamıştır. On altı yaşında İstanbul'a geldiğinde rüştiyeye kaydolmuş ancak onu da bitirememiştir. O dönemin önemli dilleri olan Fransızca, Arapça ve Farsça öğrenmek için özel ders almış ancak onların da üzerine düşmediği için doğru düzgün öğrenememiştir.[167] Tam bir kötü örnek olarak karşımıza çıkan Bihruz Bey, romanda elbette cezalandırılacaktır. Yazar tarafından, özenti, cahil, kıt akıllı, beceriksiz, mirasyedi ve ayakları yere basmayan bir tip olarak okur karşısında devamlı gülünç duruma düşürülerek aşağılanacaktır. Böylelikle, çocuk olarak dönemin medyasında temsil edilen Bihruz, bir kötü örnek olarak okuru ideal çocuğa götürecektir. Buna ek olarak Yeşilçam'daki çocuk karakterlere baktığımız zaman, dönemin ideal çocuğu ile ilintili bir temsil görmemiz mümkündür. Aklı başında, olaylar karşısında yetişkin gibi davranabilen ve hatta yetişkinleri doğruya yönlendiren bir çocuk karakter medyada temsil edilmektedir. Örneğin, 1971 yapımı *Hayat Sevince Güzel* isimli filmde Ayşecik isimli çocuk karakter, anne ve babasının ölümünün ardından köyden teyzesinin yanına kasabaya taşınır. Bu kasabadaki insanların sorunlarına çare bularak herkesin hayatına dokunur ve dokunduğu yeri güzelleştirir. Yardımseverliği, cesareti ve olgunluğuyla herkesin sevgisini kazanır. Böylelikle dönemin ideal çocuğu geleneksel medyada temsil edilmiş olur.

Medya, toplumsal roller üzerinde stereotipler üretir. Bunu bazen cinsiyet rolleri üzerinden üretirken bazen de bireylerin sosyal davranış kalıpları üzerinden yapar. Çocukları ve gençleri medya yapım süreçlerine dahil eden bir İngiliz kuruluşu olan Children's Express, 1998 yılında ulusal gazetelerin sonuçlarını bir hafta boyunca incelemiştir. Bu araştırma sonucunda, medyanın çocuğu tanımlayan yedi ölümcül stereotip çizildiği ortaya çıkmıştır. Görüldüğü sıklık sırasına göre bu stereotipler şu şekilde verilmiştir: 'Mağdur çocuklar: % 31,5; 'Şirin çocuklar' (nedensiz görüntüler): % 26,7; 'Minik şeytanlar' (şeytanlaştırılan çocuklar): % 10,8; 'Bu çocuklar bir harika' (olağanüstü çocuklar): % 9,7; 'Aksesuar olarak çocuklar' (yani, anne babaların malı):

[167] Recaizade Mahmut Ekrem, *Araba Sevdası*, İletişim Yayınları, İstanbul, 2014.

% 8,4; ‘Günümüz çocukları!’ (yetişkinlerin geçmişle ilgili nostalji duyguları): %7,5; ‘Minik melekler’ (asla yanlış yapamazlar): % 5,4.[168]

Ülkemizde hem kurgusal hem de gerçek yapımlarda çocuğun temsili üç ana başlık altında incelenmektedir; iyi çocuk, kötü çocuk ve mağdur çocuk. Çocuğun medyadaki temsili üzerine detaylı araştırma yapan Selahattin Güven çalışmasında iyi çocuğu “dizilerde çocuğun iyilik hâli, zaman zaman mutsuz ve üzgün olsa bile, diziyi topluma aktarımda, özenilen veya özenilmese de mağduriyeti veya kötülüğü bir travma sebebi olarak izleyiciye aktarılmayan çocuk iyi çocuk olarak tarafımızdan kabul edilmiştir.” şeklinde ifade ederken, iyi çocuğun özeliklerini de “çalışkan, başarılı, uysal, sempatik, uyumlu, mutlu, saygılı, hesabını bilen, kadir kıymet bilen vb. gibi olumlu sıfatlarla tanımlanabilecek davranışları sergilemesi” olarak tanımlamıştır.[169] Aslında kurgusal yapımlarda iyi çocuğun temsili, günümüzde dahi, hakim ideoloji tarafından belirlenen “örnek çocuk”un tanımı için kullanılmaktadır. Karakteri izleyen çocuklar için rol model olan iyi çocuk tipi, bir taraftan da kurgusal yapım içerisinde yetişkinlerin de iyi hâl durumları hakkında bilgi verir. İyi çocuk yetiştiren karakterler, iyi bireyler olarak izleyicinin zihinlerine kodlanmaktadır. Böylelikle kurgusal yapımlardaki iyi çocuk figürü, yetişkin imajları için yardımcı ve destek güç olarak işlev görmektedir.

Kötü çocuk temsilinde ise belirleyici özellikler, Güven tarafından “çocukların suça itilmesi, kurallara uymaması, zararlı alışkanlıklara sahip olması, saldırgan olması, madde kullanması veya satması; hakaret eden, aşağılayan, savurgan, hırçın, tembel vb gibi davranışları sergileyen ve aynı zamanda bu davranışların sorumluluğunun çocuklara yüklenilerek, izleyicinin çocukla arasına mesafe konulmasını sağlayan temsiller kötü çocuk temsili olarak kabul edilmiştir.” şeklinde ifade edilmiştir.[170] Kurgusal yapımlarda kötü çocuğun varlığı farklı amaçlara hizmet edebilir. İlk olarak, varlığı iyi çocuğun karşısında tanımlandığı için “örnek çocuk” tanımını zıtlık

[168] Hediye Esra Arcan, *Genel Haklar ve Medya*, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2010, s. 191.
[169] S. Güven, 2015, s. 43.
[170] a.g.e., s. 44.

üzerinden açıklar. İzleyici kötüyü görerek, doğrunun ne olduğundan ziyade, neyin yanlış olduğunu bilmektedir. Tabii bu durum, 90'lı yıllara kadar çocuğu kutsayan medya yapımları için geçerlidir. İkinci olarak, iyi çocuk örneğinde olduğu gibi, yapım içerisinde kötü çocuğun yer alması, çocuğun yetiştiği aile ve sosyal çevre hakkında izleyiciye ipucu verir. Çocukların doğuştan masum oldukları ön kabulüyle, çocuğun istismar, şiddet, sevgisizlik, ilgisizlik gibi pek çok olumsuz duruma maruz kalması sonucunda kötü çocuk ortaya çıkar. Bu da çocuğun içerisinde bulunduğu dar çember olan aileden geniş çember topluma kadar herkesin ortak sorumluluğundadır. Kötü çocuk, kötü ebeveyne işaret etmekte, suçu aile ve sosyal çevreye bölüştürmektedir. Çocuğun kötülük hâli yetişkinlerin kötülük hâlinden kaynaklanmaktadır. Üçüncü sebep ise, kötü çocuk imajıyla izleyicinin çocuğa olan acıma duygusunun ortadan kaldırılmasıdır. Çocuk öyle kötü şeyler yapar ki, başına gelenleri hak etmiştir. Böylelikle temsil edilen çocuk ile izleyici arasına bir mesafe girer.

Son olarak, mağdur çocuk, medyanın çocuk temsillerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Güven araştırmasında mağdur çocuğu "çocukların iyi veya kötü davranışlara sahip olmalarından bağımsız olarak, yaşadıkları koşullar nedeniyle mağdur ve mahrum olarak temsil edilmeleri durumları" olarak tanımlamıştır.[171] Mağdur çocuk, kurgusal yapımlarda yer alabildiği gibi gerçek yapımlarda da bir çocukluk temsili olarak karşımıza çıkmaktadır. Kurgusal yapımlarda mağdur çocuk daha çok sosyoekonomik sınıfın bir temsilcisi olarak gösterilmektedir. Ailenin içerisinde bulunduğu durum, çocuk üzerinden anlatılmakta, böylelikle izleyicide mağduriyetin dozu arttırılmaktadır. Yetişkinlere acımayan izleyiciler, çocuğu o durum içerisinde görmek istemedikleri için, dramanın acı yönü çocuk üzerinden pekiştirilmektedir. Mağdur çocuk tek başına, sadece anne ya da sadece babanın mağduriyetlerini de pekiştirebilmekte, onların mağdur hâllerini korumaktadır. Mağdur çocuğun temsil edildiği diğer bir mecra ise haber bültenleri ve reality showlar gibi gerçek yapımlardır. Özellikle son dönemde, gündüz kuşağındaki programların format değişikliğine gitmesiyle, çocuklar bu yeni formatın en büyük mağdurları hâline gelmişlerdir. Canlı yayında babasının kim olduğunun ortaya çıkmasını bekleyen

[171] a.g.e., s. 44.

çocuklar, dağılan ailelerde ortada kalan çocuklar ya da istismarın her türüne maruz kalarak büyüyen çocuklar, mağdur çocuk olarak karşımıza çıkmaktadır. Haber bültenlerinde de çocuklar çoğunlukla şiddet ve istismar mağduru olarak ekranlarda yer alırlar. Mağdur çocuk, gerçek yapımlarda daha fazla kurban çocuk olarak temsil edilmektedir.

Geleneksel medya içeriklerinde çocuk temsillerine bakıldığı zaman, kurgusal yapımlarda çocuğun kendisi olarak yapımlarda var olmasından ziyade, yetişkinlerin rolünü desteklemek ve pekiştirmek için yardımcı karakterler olarak yer aldıkları anlaşılmaktadır. İzleyiciler, çocuk temsilleri üzerinden, çocuğun içerisinde bulunduğu aile, mahalle, sosyal sınıf ve toplum hakkında fikir edinebilir ve yetişkinler hakkındaki yargılarını yine bu çocuk karakterler üzerinden kurabilirler. Ancak, gerçek yapımlarda, çocuğun temsili, mağduriyeti üzerinden yapılırken çocuklar âdeta kurban olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.3. DİJİTAL MEDYA ve ÇOCUK

Dijital medyayı tanımlamadan önce geleneksel medyayı çok iyi anlamamız gerekmektedir. Geleneksel yani günümüzden bakarak eski medya diyaloglar değil, monologlar medyasıdır. Belirli bir kesimin mesaj ve ileti üreterek, edilgen bir şekilde medyanın karşısında olan izleyici ve dinleyicilere cevap ve eleştiri hakkı tanımadan mesajını ulaştırmasıdır. Dijital medya tam olarak geleneksel medyadan burada ayrılmaktadır; dijital medyada monolog yerine diyalog vardır. İletiler tek taraflı değil karşılıklıdır. Böylelikle geleneksel, eski medyadan ayrıldığı için yeni medya olarak isimlendirilmektedir. İletişim teknolojilerinin tarihsel gelişim sürecinde, bilgisayar ve ağ teknolojilerinin kullanımıyla birlikte iletişim teknolojilerinde dijital çağ dönemi başlamıştır. Dijitalliğin temelinde ise sayılar bulunmaktadır. Dolayısıyla yeni medyanın geleneksel medyadan ayrışma sınırı dijitalleşmedir. Bu yönüyle yeni medya kavramı, “dijital medya” ya da “dijital yeni medya” olarak da isimlendirilmekte, içerik

aktarımı ise fiziksel ortamlardan ziyade dijital aktarıma dayalı olarak gerçekleşmektedir.[172]

Aslında dijital medyayı, geleneksel medyadan kopuk bambaşka, yeni bir mecra olarak değerlendirmek yerine yazılı, sözlü ve görsel, basın ve yayın ile ilgili eski iletişim ortamlarının birleşiminden oluştuğu için daha çok melez (hybrid) bir yapı olarak tarif etmek daha doğru olacaktır.[173] Yeni medya denince çoğunlukla, internet teknolojisiyle beraber gelen bilgiye erişmede kolaylık ve hız, farklı iletişim yolları ve sosyal paylaşım ağlarının hayatımızda edindiği yerdir şeklinde bir tanım gelmektedir. Ancak yeni medya daha geniş anlamıyla yeni çıkan teknolojiler ve bunların kullanımı ve aynı zamanda eski teknolojiler için geliştirilen yeni yöntemlerdir.[174] Yani daha net bir şekilde ifade edilecek olursa, gelişen yeni sayısal teknoloji ile kullanıcıların zaman ve mekândan bağımsız olarak karşılıklı etkileşimde bulundukları sanal medya ortamı "yeni medya" olarak tanımlanmaktadır.

Dijital medya olarak kavramsallaştırdığımız ve içine her türlü internet tabanlı iletişim teknolojisini koyabildiğimiz bu yeni teknoloji, medya alanında olduğu gibi, birçok alana da yeni bir dünya düzeni getirmiştir. Bu dünyanın içerisinde elbette ki en savunmasız kitle çocuklardır. Çocuklar, dijital dünyanın içerisine doğmuşlardır ve yetişkinlerin içeri girmek için kapıları zorladığı âlemin zaten doğuştan birer üyesidirler. Yaşadığımız bu Yeni Çağ (New Age)'da sanal dünyanın içerisine girenler ve girmeyenler arasındaki makas belirgin bir şekilde açılmıştır. Prensky, dijital medya araçlarına aşina olanlarla olmayanları "dijital yerliler" ve "dijital göçmenler" olarak ikiye ayırır. Dijital yerliler, 1980 ve sonrasında doğan nesilden oluşmaktadır. Dijital göçmenler ise, 1980 öncesinde doğmuş olan nesildir. Dijital göçmenler, dijital dünyanın içerisinde doğmuş dijital yerliler gibi sanal gerçekliğe aşina değil, sonradan

[172] Neslihan Kılıç, "Geleneksel Medya ile Yeni Medyanın Karşılaştırılması: Kuramsal Bir Analiz Çalışması" *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl 6, Sayı: 36, 2019, s. 230-231.
[173] Barış Kılıç, Elif Pınar Kılıç, "Yeni Medya Ortamında Çocuk Birey: Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya Pedagojisinin Önemi", *Akdeniz İletişim Dergisi*, Sayı: 22, 2014, s. 10.
[174] Barış Bulunmaz, "Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak?", *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 4, Sayı: 7, 2014, s. 25.

uyum sağlamaya çalışan bir nesildir.[175] Bir de ikisinin ortasında kalan bir gruptan bahsetmemiz mümkündür: "Dijital melezler". Bu melez grup, yerliler ve göçmenlere özellik olarak hem benzemekte hem de belli noktalarda ayrışmaktadır. Bütün dijital imkanlardan yararlanan melezler bu imkanları dijital yerliler kadar iyi ve etkin biçimde kullanamazken dijital göçmenler kadar teknolojiye karşı dirençli de değillerdir.[176]

Günümüzün çocukları dijital yerlilerdir ve kendilerinden önceki kuşaklardan farklı olarak birtakım temel özelliklere sahiptirler. Bu özellikler şu şekilde sıralanabilir: Bilgiye hızla erişmek isterler, metin yerine grafiği tercih ederler, bir makaleyi baştan sona doğrusal bir biçimde okumak yerine kapsül hâlinde rastgele okumayı tercih ederler, ciddi çalışmalar yerine oyunları tercih ederler, bilişsel yapıları sıralı değil paraleldir, aynı anda birçok işi yapmak isterler ve keşfederek öğrenmek isterler. Bu özelliklere bakıldığında, dijital yerli olan günümüzün çocukları için bilgiye erişimde; hız, görsellik ve eğlence ön plandadır.[177] Bu noktada, tüm bu özellikler şimdiki çocukların eğitimi için önemli ipuçları olabilirken, görselliğin ve eğlencenin ön planda olmadığı, uzun metinlerden oluşan eğitim materyalleri de onların eğitim sürecini baltalayan özellikler olarak karşımıza çıkabilmektedir. Ayrıca, çocuklar için hem geleneksel medyada hem de dijital medyada, dijital yerlilikten gelen özellikler gözönüne alınarak üretilen içerikler, diğer içeriklere göre daha başarılı olacaktır.

Bu noktada, dijital yerli çocuklara sahip olan dijital göçmen ebeveynlerin, çocukların medyadan gelebilecek tehlikelere karşı bilinçli olmaları, çocuklarının içine doğdukları bu kültüre yabancı kalmamaları ve direnmemeleri gerekmektedir. Böylelikle, zararlı içeriklere karşı çocukları da daha etkin şekilde koruma şansları olacaktır. Bu konuda pek çok ailenin çabası takdire şayanken, varsayımlar da bu ailelerin çabalarını zayi etmeyecek şekildedir. Prensky, dijital çağ olan 21. yüzyılda

[175] Mustafa Çetin, Hatice Özgiden, "Dijital Kültür Sürecinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Twitter Kullanım Davranışları Üzerine Bir Araştırma", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Cilt 2, Sayı: 1, 2013, s. 174.
[176] Burak Karabulut, "Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler", *Pamukkale Üniversitesi*
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 21, 2015, s. 20.
[177] M. Çetin, H. Özgiden, 2013, s. 176.

dijital yerliler ve göçmenler arasındaki farkın giderek azalacağını ve "dijital bilgelik" (digital wisdom) kavramının ortaya çıkacağını ön görmektedir.[178] Aradaki farkın kapanacağı öngörülürken, ülkemizde de bu boşluğun kapanması ancak bilinçli ebeveynlerin çabasıyla mümkün olacaktır.

Geleneksel medyada çocukların iletişim sürecine müdahaleleri bulunmamaktadır. Ancak, dijital medya, geleneksel medyadan bu noktada ayrılmaktadır. Timisi bu farkı şu şekilde ifade etmiştir, "Dijital medyada mesaj, önceden belirli bir kaynak tarafından seçilip, hazırlanıp, denetlenerek değil; anında ve herhangi bir denetime tabi tutulmadan sunulmakta ve istenildiği zaman ulaşılabilmektedir. Bu anlamda internet, anonim, hızlı ve anında iletişime imkân vermiş ve çocukların kendilerini de bir içerik sağlayıcı hâline getirmiştir."[179] Ancak bu içeriklerin denetlenmesi de neredeyse imkansızdır. Böylelikle çocuklar, hızlı, eğlence unsurlarıyla dolu, renkli ve bol görselli dünyada istismara tamamen açık hâlde bulunmaktadır.

2.3.1. Dijital Medyada Çocuk İçerikleri

Dijital medyadaki hızlı değişim, son teknoloji sesler ve efektler, sonsuz içerik ve kesintisiz yayın çocuklara içinden çıkılması çok da mümkün olmayan yeni bir dünya oluşturmuştur. Üstelik çocuklar bu yeni dünyaya ebeveynlerinden, öğretmenlerinden ve araştırmacılardan daha aşinadır. Onların yerleşik olduğu bu dünya kaçınılmaz olarak tüm imkanlarını çocuklara sunduğu gibi risklerini ve olumsuz etkilerini de daha fazla çocuklara yansıtmaktadır.

[178] B. Karabulut, 2015, s.19.
[179] Nilüfer Timisi, "Medyada Çocukları Koruyucu Önlemler", *Çocuk Hakları ve Medya*, (Der. Mustafa Ruhi Şirin) Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul, 2011, s. 143.

Tüm dünyanın dijital verilerini içeren We Are Social 2020 son raporuna göre, 7.75 milyarlık dünya nüfusunun %59'u yani 4.54 milyar insan internet kullanmakta ve nüfusun %49'u yani 3.80 milyar insan da aktif bir şekilde sosyal medya kullanmaktadır. Ayrıca, dünyada ortalama günde 6 saat 43 dakika internette harcanırken bu rakam Türkiye'de 7 saat 29 dakika olarak saptanmıştır.[180] İnternet ve dolayısıyla dijital medya hayatımızın her alanında bu kadar kullanılırken kendine büyük bir sektör de oluşturmuştur. Dünyanın en kıymetli şirketlerine bakıldığı zaman, dijital medyanın pazar hacmi hakkında kayda değer bir fikir oluşmaktadır. Ekonomist dergisi, 31 Aralık 2020 itibarıyla dünyanın en değerli ilk 10 şirketini piyasa değerleriyle beraber açıklamıştır. Tabloya bakıldığında en değerli ilk 10 şirketin 7'sinin dijital medya şirketi olduğu anlaşılmaktadır. Listenin ilk sırasında Apple markası yer alırken, onu Microsoft, Amazon, Alphabet, Facebook, Tencet, Alibaba gibi şirketler takip etmektedir.[181] Ayrıca bu şirketler, tüm dünya piyasasını negatif yönde etkileyen pandemi sürecinde dahi, büyümeye devam ederek, piyasa değerlerini arttırmışlardır.

Yetişkinler dünyanın her yerinde, günlük hayatlarının ayrılmaz bir parçası olarak dijital medyayı hem aktif bir şekilde kullanırken hem de dijital medya üzerinden bu büyük sektör içerisinde para kazanmaktadır. Geleneksel medyadaki kanal sahipliği, dijital medyada bireysel sahiplik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kanallarda insanlar istedikleri içerikleri özgürce dünyayla paylaşma olanağına da sahip olmuşlardır. Böylelikle medya patronluğu, herkesin evinde bilgisayarının hatta telefonunun başında elde edebileceği bir sıfata da dönüşmüştür. Ancak dijital yerli olan çocukların bu sektörün dışında kalması elbette mümkün değildir. Çocuklar zaten direkt olarak hem evde, hem okulda, hem sosyal hayatlarında dijital medyayla iç içeyken hem de yetişkinler gibi sistem üzerinden para kazanma olanağına sahiptir. Çocukların dijital medya üzerinden para kazanmasının birkaç farklı yolu vardır. İlk olarak, ebeveynler sosyal medya hesapları ve sosyal platformlardaki kanallar üzerinden küçük

[180] https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media (30.01.2021)
[181] https://www.ekonomist.com.tr/teknoloji/pandemi-onlara-yaradi-iste-dunyanin-en-degerli-10-sirketi.html (02.01.2021)

çocuklarının ve hatta bebeklerinin özne olduğu içerikler üreterek tıklanma sayıları, reklam gelirleri gibi pek çok farklı kanaldan para kazanmaktadır. Örneğin, kızları Masal ve Öykü'nün fotoğraflarını paylaşmak için yola çıkan Leyla Günay, dört yılda takipçi sayısında hayal edilemeyecek rakamlara çıkmış, bazı videoları 248 milyon izlenme sayısına ulaşmıştır. Günay'ın "Oyuncak Oynuyorum" isimli kanalı bir ayda 684 bin liralık reklam geliri elde etmiştir.[182]

İkinci olarak, çocuklar kendileri hesap ve kanallar açarak bu platformlar üzerinden kendi ürettikleri özgün ya da trend içerikleri paylaşmaktadır. Bu paylaşımlar yaşıtları tarafından da ilgiyle takip edilmektedir. Bu türe en iyi örnek, dijital medyadaki yeni çocuk temsili de olan Enes Batur'un kişisel kanalıdır. Enes Batur, dünyada ilk 100 oyun kanalı içerisine girmiştir. Çevrimiçi video analiz sitesi TubeFilter tarafından yayınlanan "Dünyada en çok görüntülenen 100 oyun kanalı" sıralamasında Enes Batur'da yer almaktadır.[183] Ünlü fenomen kanalında, günlük hayatının yanı sıra, dijital aygıtlardan oyun oynarken çektiği videolara yer vererek 13 milyondan fazla takipçiye sahip olmuştur. Başta çocukların yoğun ilgisini çeken bu "YouTuber", kazandığı paralarla medyanın farklı sektörlerine de girmiş hem takipçi ve hayran sayısını arttırmış, hem de Türkiye'nin en çok kazanan çocuğu olmuştur. Takipçisi olan çocuklara da rol model olan Enes Batur, büyük kitleleri etkileyerek onların kafasındaki dijital medya algısına da maddi boyutuyla farklı bir pencere açmıştır.

Üçüncü olarak, çocuğun özne olmadığı ancak çocuklar için içerik üreten sosyal medya kanalları, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hem ebeveynler hem de çocukların kendileri tarafından yoğun bir şekilde izlenmektedir. Türkiye'de en çok izlenen çocuk kanalları 13 yaş ve altı çocuklara hitap etmektedir. En çok kazanan 25 kanalın 13'ünü çocuk temalı kanallar oluşturmaktadır. Bu kanalların 4.6 milyon liralık

[182] https://haberglobal.com.tr/ekonomi/turkiye-nin-en-cok-kazanan-youtuber-lari-73669 (12.10.2020)
[183] M.E. Buruşuk, 2019, s. 99.

reklam geliri içindeki payları ise yüzde 66 olarak hesaplanmıştır.[184] Dünyaya baktığımız zaman çok da şaşırtıcı olmayan bir tabloyla karşılaşmaktayız. Tüm zamanların en fazla izlenen videosu "Baby Shark" isimli bir çocuk şarkısı olmuştur. 7 milyarı aşan izlenme sayısıyla YouTube'un en çok tıklanan videosu unvanına kavuşmuştur. Baby Shark'ın tüm izlenmelerin süreleri birleştirildiğinde 30 bin yıl uzunluğunda bir izlenmeyi yakaladığı ortaya çıkmaktadır. Videonun yapım şirketi olan Pinkfong, şarkının yardımıyla yalnızca YouTube üzerinden 5.2 milyon dolarlık gelir elde etmiştir.[185]

Örneklerden ve rakamlardan da anlaşılacağı üzere, dijital medya sektörü şu an dünyanın en büyük sektörü hâline gelerek dünya ekonomi piyasasına yön vermektedir. Çocuk içeriklerinin de sektördeki payı oldukça büyüktür. İzlenme oranlarından anlaşılmaktadır ki YouTube ve diğer içerik sağlayıcı platformlar âdeta "dijital çocuk bakıcısı" olarak kullanılmaktadır. Platformların, dijital çocuk bakıcısı olarak kullanılması, çocukların izleyici olarak konumlandığı durumlar için geçerli olup sorumluluk ebeveynlerdedir. Çocukların özne olarak içeriğin içerisinde kullanıldığı ya da içeriğin üreticisi olduğu durumlarda ise çocukların korunması adına çocuk haklarının devreye girmesi gerekmektedir.

Dijital medyadaki çocuk içeriklerinin yer aldığı bir diğer alan da, medya hizmet sağlayıcısı ve yapım şirketi olan platformlar üzerindendir. Son zamanlarda ülkemizde de oldukça popüler olan bu platformlar isteğe bağlı yayınları internet ortamında sunmaktadır. Aylık belli bir ücret karşılığında, talep üzerine aboneli video platformları (SVoD) çocuk içeriklerine hatırı sayılır yer ayırmaktadır. Ampere Analysis Araştırma Direktörü Fred Black, Amazon, Netflix, YouTube, Apple, Disney gibi mecraların

[184] https://haberglobal.com.tr/ekonomi/turkiye-nin-en-cok-kazanan-youtuber-lari-73669 (12.10.2020)
[185] https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54794965#:~:text=G%C3%BCney%20Koreli%20Pinkfong%20%C5%9Firketinin%20imzas%C4%B1n%C4%B1,da%207%20milyardan%20fazla%20izlendi. (03.11.2020)

çocuk içeriklerindeki tercihleri hakkındaki araştırma sunumunda, yayın devlerinin çocuk içeriklerini ciddiye aldığını vurgulamıştır.[186]

Netflix, hızla büyürken orijinal çocuk içerikleriyle en ilgili platform olarak karşımıza çıkmaktadır. Kütüphanesinin yüzde 10'u çocuk içeriklerinden oluşan Netflix, bu içeriklerde de en fazla animasyona odaklanmıştır. 2018 yılında kendi animasyon stüdyosunu kurduğu için gelecek dönemlerde animasyon içeriklerinin artarak devam edeceği beklenmektedir. 2018 yılında toplam çocuk içeriğinin (550 başlık) yüzde 42'sini animasyonlar oluştururken bu rakam 2019 yılında toplam çocuk içeriğinin (556 başlık) yüzde 46'sını oluşturmaktadır. Animasyonlarda ise daha çok orijinal içerik ve tanınan karakterler kullanmaktadır. Animasyonu ise yüzde 26 ile gerçek oyuncularla çekilmiş (live action) komediler ve yüzde 11 ile gerçek oyuncularla çekilmiş dramalar izlemektedir. Netflix'in daha çok hedef kitlesinde olan yaş aralığı ise yüzde 34 ile 7-9 yaş olarak belirlenmiştir. Sırasıyla 5-6 yaş yüzde 22, 10-12 yaş yüzde 17, 13-18 yaş ve 0-4 yaş yüzde 13 olarak Netflix'in hedefinde yer almaktadır. Tabloya baktığımız zaman platformun tüm yaş grupları için içerik ürettiği anlaşılmaktadır. Bu da platformun herkes için içerik sunmak istediğini, her yaş grubuna hitap etmek istediğini göstermektedir.

Diğer bir platform olan Amazon, çocuk içeriklerini yıllar içerisinde arttırarak 3 katına çıkarmıştır. Amazon'daki çocuk içeriği 2016'da 304 başlık, 2017'de 322 başlıktır. Asıl sıçramayı 2018 yılında yaparak 713 başlığa ulaşmıştır. 2019 yılında ise bu sayı 904 başlıktır. Bu sayı, Netflix'in 2019 yılındaki 538 başlığı ile kıyaslandığında 2 katı olarak karşımıza çıkmaktadır. Böylelikle Amazon'un Netflix'ten daha fazla çocuk içeriğine odaklandığını söylememiz yanlış olmayacaktır. Amazon'daki çocuk içeriklerinin türlerine bakıldığında 2019 yılında çocuk içeriklerinin yüzde 41'i animasyon, yüzde 20'si gerçek oyuncularla çekilmiş drama, yüzde 16'sı da gerçek

[186] Fred Black, "Amazon, Netflix, Youtube, Apple, Disney gibi SVoD Mecralar Çocuk İçeriklerinde Ne Tercih Ediyor?", *TRT Çocuk Medyası Konferansı*, 2019.
(SVoD mecralarındaki çocuk içeriklerine ilişkin veriler aynı araştırma raporunun sunumundan alınmıştır.)

oyuncularla çekilmiş komedilerdir. Amazon'un hitap ettiği yaş aralığı ise sırasıyla 0-4 yaş arası yüzde 33 ile, 7-9 yaş arası yüzde 22, 5-6 yaş yüzde 20, 10-12,13-18 yaş aralıkları ise yüzde 13'tür. Bu oranlara göre Amazon'un açık bir şekilde okul öncesi yaş grubuna odaklandıkları anlaşılmaktadır. Platformun bu noktada stratejisini tutarlı bir şekilde ortaya koyduğu anlaşılmaktadır.

Disney+'ın 2019 yılında orijinal içeriklerinin yüzde 20 kadarını 446 başlıkla çocuk içerikleri oluşturmaktadır. Çocuk içerinin türlerinde bu dağılım yüzde 42 gerçek oyuncularla çekilmiş komediler, yüzde 27 animasyon, yüzde 12 aksiyon-maceradır. Disney+, tür bağlamında Netflix ve Amazon'dan daha farklı bir içerik ile ilerlemektedir. Disney+'ın odaklandığı yaş gruplarında ise yüzde 44 ile 7-9 yaşın lider olduğu görülmektedir. 10-12 yaş yüzde 38, 5-6 yaş yüzde 10, 13-18 yaş ise yüzde 8'dir. Burada dikkat çeken nokta ise Disney+'ın 0-4 yaş aralığı için içerik sağlamamasıdır. Asıl hedef kitle olarak 7-9 yaş arası çocuklar seçilmiştir. Disney+, Amazon ve Netflix'e göre daha yeni bir platform olmasına rağmen, pazarlama stratejisi olarak ilkokul çocuklarını hedef alarak iki pazar liderini yakalamaya çalışmaktadır.

Özetle, Netflix'in stratejisi, ilkokul ve daha büyük yaştaki çocuklara odaklanarak bilinen karakterler üzerinden orijinal içerikler üretmektir. En çok tercih ettiği tür ise animasyondur. Amazon, özellikle canlı aksiyon türünde satın almaya yoğun bir şekilde odaklanarak okul öncesi içeriğe doğru belirli bir eğimle kütüphanesinin büyümesine her şeyden fazla önem vermektedir. Disney+ ise ilkokul çocuklarına odaklanarak iç yapımlarının sayısını arttırmakta ve böylelikle pazarın iki devine yetişmeye çalışmaktadır. Bu bağlamda, talep üzerine aboneli video platformları (SVoD) çocuk içeriklerini hem satın alarak hem de platformların iç yapımlarında üreterek izleyicilere ulaştırmaktadır ancak onlar için çocuk içeriklerinin asıl savaş meydanı olmadığını söylemek gerekmektedir.

2.2.2. Dijital Medyanın İdeal Çocuğu

Postman, "Çocuklar göremeyeceğimiz zamana gönderdiğimiz mesajlardır" ifadesiyle çocuğun ne kadar etkili bir varlık olduğunu işaret etmiştir. Ancak bilinen bir şey vardır ki artık çocukluk o eski hâline dönmeyecektir. Çünkü medya boyut değiştirince çocukluk da boyut değiştirmiştir. Artık ne "minyatür yetişkin" olan çocuk ne de "yok edilmiş" çocuk vardır. Yeni medyanın şekillendirdiği yeni çocuk formu ve hatta yeni medyayla değişen yeni yetişkin formu vardır. Aslında burada, "çocuk değiştiği için medya değişti" iddiası da antitez olarak düşünülebilir ancak yeni bir çocukluğun ortaya çıktığı sonucunu değiştirmeyecektir.

Dijital teknolojiler ve internetle birlikte geleneksel medyanın izleyicileri, kullanıcılara dönüşmüştür. Kullanıcı olan izleyici aynı zamanda içerik üreticisi konumuna da gelebilmektedir. Kullanıcılar içerik üretmeseler bile mevcut içeriğe anında müdahale edebilmekte, yayıncıyla iletişime geçebilmektedir. Böylelikle yayının seyrine de yön vererek içeriği dönüştürebilmektedir. Bu durum yayıncılıkta bir devrim olarak algılanmıştır. Kullanıcıların hem tüketmesi hem de üretmesi yine bu devrimin bir sonucu olmuştur. Bu bağlamda, Alvin Toffler*, Üçüncü Dalga* kitabında üretici (producer) ve tüketici (consumer) kavramlarının her ikisini de içerisine alan yeni bir kavramdan bahsetmiştir: üre-tüketici (prosumers). Toffler, üretici ile tüketici arasındaki sınırların silikleşerek bu iki kavramın iç içe geçtiğini ifade etmiştir.[187] İzleyiciler, yeni medyayla artık pasif izleyiciler değil aktif kullanıcılar olmuşlardır. Bu kullanıcıların hatırı sayılır kadarı dijital yerli olan çocuklardır. Üre-tüketici çocuk dijital bir benlik olarak kendi ekranına sahip olmuştur. Kendi ekranından dünyayı takip edip yorumlarken bir taraftan da değişen düzenin bir parçası olarak içeriklere yön vermektedir.

Dijital medya sunduğu imkanlarla çocuğu daima "online" tutmayı hedefleyerek her geçen gün içeriklerini geliştirmektedir. Kendi ekranlarında

[187] C. Özdenak Kandemir, 2019, s. 104.

günlerinin büyük bir kısmını çevrim içi olarak geçiren çocuklar, medyanın sunduklarına kayıtsız kalmayarak her gelişmeyi yakından takip etmektedirler. Böylelikle, yeni medya kendisine ideal bir çocuk tipi yaratmıştır. Bu ideal çocuk tipi kendi içerisinde iki başlık altında değerlendirilebilmektedir. İlk olarak, hazır olarak sunulan içerikle yetinmeyip kendisi de içerik üretimine dahil olan "üretici çocuk". İkinci olarak, üretilen içeriği tüketen ve dijital medya devlerinin sektör içerisinde büyümelerinin en etkili silahlarından olan reklamların hedefindeki "tüketici çocuk". Araştırmacılar her ne kadar üretici ve tüketici kavramlarının arasındaki sınırın aşındığını ve tek bir başlık altında değerlendirilebileceğini ifade etseler de bu bölümde dijital medyanın üretici çocuğu ve tüketici çocuğu ayrı başlıklar altında değerlendirilecektir.

2.2.2.1. Üretici Çocuk

Sosyal medya platformlarının kullanıcıları için belirlediği alt yaş sınırı birçok ülkede olduğu gibi Türkiye'de de 13'tür. Ancak çocuklar 13 yaşını beklememekte, çok küçük yaşlarda sosyal medyada aktif olarak yer almaktadır. Özellikle YouTube'da çocukların kullandıkları kanal sayısı her geçen gün artmaktadır. Çocuklar özgün ya da trend içerikler üreterek kanallarında yayınlamakta, çoğunlukla akranlarından oluşan takipçi kitlesi de kanalları takip ederek üretici çocuğa para ve popülarite kazandırmaktadır.

Üretici çocuğun genel olarak iki türlü motivasyonu vardır; ebeveynlerinin yönlendirmesiyle içerik üreten çocuk, kendi iradesiyle içerik üretmeye yönelen çocuk. Atalay, "Ebeveynler tarafından kazanç elde etme amaçlı olarak yönetilen çocuk YouTuber hesapları çocukların kimlik gelişimi, mahremiyet ve özel yaşamı için tehdit oluşturuyor. Takipçilerin ilgisini canlı tutma amacıyla günde iki- üç video çekme baskısıyla karşı karşıya kalan çocuklar oyun ve eğitim için harcamaları gereken değerli

vakitlerinden mahrum kalıyor."[188] ifadelerini kullanarak çocukların içerik üretimi için üzerlerindeki baskıya dikkat çekmiştir. Bu da çocuğu hem fiziksel hem de psikolojik olarak olumsuz etkilemektedir. Oyun ve eğlence yaşındaki çocuğun, mesaili çalışan bir işçi gibi çalışarak kazanç elde etmeye zorlanması, çocuk işçiliği ve emek sömürüsünün yeni formda karşımıza çıkmış hâli olarak açıklanabilir. Adeta sanayi devrinden sonra fabrikalarda çalışmaya zorlanan çocuklar gibi, dijital medya çağındaki çocuklar da bilgisayarlarının başında ebeveynleri tarafında gelir kapısı olarak görülebilmektedir. Çocukların kontrolsüz ve denetimi mümkün olmayan mecralarda içerik üretmeleri, reklam alarak ürün tanıtımında bulunmaları, para kazanmaları ve toplumsal olarak takip edilmeleri onların kişilik gelişimleri açısından pek çok sorunu beraberinde getirecektir ve tüm bunları ailelerinin teşvikiyle ve zoruyla yapıyor olmaları, çocuklarda geri döndürülemez hasarlara yol açacaktır. Çocukların üstün yararı ve korunmaları için, çocukları bu tür platformlarda içerik üretmek için kullanan kişilere cezai yaptırımların uygulanması gerekmektedir. Eylül ayında Amerika Birleşik Devletleri Federal Ticaret Komisyonu'nu YouTube'a çocukların gizliliğini ihlal etmek suçundan 170 milyon dolar ceza kesmiştir. Böylelikle YouTube, 2020 yılından itibaren çocuklara yönelik kanallarının Çocukların Çevrimiçi Gizliliğini Koruma Yasası'na tabi tutulacağını açıklamıştır. Yasaya göre çocuklara yönelik içerik üreten kanallarda kişiselleştirilmiş reklamlar yasaklanmış ve kanallar izleyici yorumlarına kapatılmıştır.[189] Bu gelişme çocukların korunması adına olumlu olsa da, dijital medya dünyasının hacmi ve çocuk kullanıcıların aktifliği düşünüldüğünde koruyucu önlemlerin devamının gelmesi zaruridir.

İkinci olarak, çocuklar kendi iradeleriyle dijital medyada üretici konumuna gelebilmektedir. Hatta ebeveynlerinin kısıtlama ve ikazlarına rağmen, ilgilerinin ve vakitlerinin büyük kısmını içerik üretmeye harcarlar ve bu durumdan keyif alırlar. Ancak bu noktada, çocukların dijital medyada üretici konumunda olmaları eğlenceli bir hobi mi yoksa belirli amaçlar doğrultusunda inşa edilen bir görev mi? Neden

[188] Gül Esra Atalay, "New Age Child Labor in Turkey: Child Influencers on YouTube", *Critical Global Semiotics: Understanding Sustainable Transformational Citizenship,* (Ed. Maureen Ellis), Routledge, 2019, s.186.
[189] a.g.e., s. 195.

çocuklar video içerik üreticisi olmak istiyor? Aslında bu soruların pek çok olası cevabı olabilir; şöhret elde etme, kariyer planlaması, sosyalleşme, para kazanma. Hangi amaç doğrultusunda olursa olsun, çocuklar sınırları ve denetimi çok da mümkün olmayan sanal dünyanın içerisine kendi istekleriyle giriyor ve uzun mesailer harcayarak içerik üretimine katkı sağlıyorlar.

İlk defa 2015 yılında kullanılmaya başlayan "kidfluencer" kelimesi, 13 yaşın altında olan ve çeşitli sosyal medya kanallarında marka bilinirliği sağlayarak, reklam amaçlı içerik oluşturan etkileyici kişilere denmektedir.[190] Kelime çoktan gündelik dilde yerini almıştır. Amerika Birleşik Devletleri ve Birleşik Krallık 'tan 3.000 çocuk ile yapılan anketin sonuçlarına göre, "YouTuber" olmak, çocuklar arasında en çok imrenilen meslek olarak karşımıza çıkmaktadır.[191] İzleyici konumundaki çocuklar, üretici konumunda olan akranları kidfluencerlardan oldukça etkilenmekte, onların yerinde olmak istemektedir. Geleneksel medya dönemindeki çocukların "büyüyünce ne olacaksın?" sorusuna verdikleri cevap, dijital medya dünyasının içene doğan çocuklarınkinden oldukça farklıdır. Artık çocuklar için de yeni meslek ve uzmanlık alanları açılmıştır. Üstelik bu uzmanlaşma için büyümelerine dahi gerek yoktur. MIT Technology Review dergisi, kidfluencer olma yolundaki çocuklarla röportaj yaparak onlara YouTube üzerinden ne elde ettiklerini ve ne beklediklerini soruyor.[192] Cevaplar ise oldukça şaşırtıcı. 18 yaşındaki Güney Afrika'da yaşayan Refuwe Mosomothane, liseden sonra sinema eğitimi almak istediğini ve yapımcı olmayı umduğunu belirterek "Yıllar içerisinde kanalımda içerik üretmenin eğlenceli olduğunu fark ettim ve bunu her gün yapmak istiyorum. YouTube, hayatımın ilerleyen dönemlerinde ne yapmak istediğimi anlamama yardımcı oldu." ifadelerini kullanıyor. Bu üretici çocuğun, içerik platformunu, gelecekteki kariyerini inşa etmek için kullandığı görülmektedir. Hindistan'da yaşayan 7 yaşındaki Siddhika ise, video çekmeyi eğlenceli buluyor ve ünlü olmak ister misin sorusuna "evet" yanıtını veriyor. Ancak annesi kızının "ünlü havasına" girmesini ve onun duyarsızlaşmasını istemediğini söylüyor. Çocuk üretime

[190] https://digitalage.com.tr/kidfluencer-dunyasina-hos-geldiniz/ (20.01.2021)
[191] https://www.technologyreview.com/2019/12/27/238167/wannabe-kidfluencers-struggling-youtube-stars/ (20.01.2021)
[192] https://www.technologyreview.com/2019/12/27/238167/wannabe-kidfluencers-struggling-youtube-stars/ (20.01.2021)

kendisi gönüllü olmasına rağmen ailesinin kontrolünde içerik ürettiği dikkat çekiyor. Amerika Birleşik Devletleri'nde yaşayan 10 yaşındaki Dane, büyüyünce YouTuber olmak istediğini söylüyor. Bunun nedenini, "Çünkü gerçekten çok hızlı para kazanabilirsiniz"[193] diye açıklıyor. Bu çocuğun amacı ise üretiminden gelir elde etmek. Dijital medyadaki üretimin bir parçası olan bu çocukların amaçları çeşitlilik gösterse de kendi istekleriyle platformda yer aldıkları görülmektedir. Bu bağlamda, her ne kadar çocuk üretim aşamasında eğlense de, şöhrete kavuşsa da ya da para kazansa da, sosyal medya platformlarından gelebilecek olumsuzluklar, her türden risk ve tehditlere karşı savunmasızdır.

Çocuğun ailesi tarafından içerik üretmeye mecbur bırakıldığı ya da kendi isteğiyle üretimin bir parçası olduğu durumlarda temel mesele çocuğun korunması olmalıdır. Linç kültürü ve siber zorbalık gibi yorumlar üzerinden üretici çocuğa yapılan saldırılar, her ne kadar sanal ortamda da yapılsa çocuğu derinden etkilemekte, çocuğun psikolojisinde geri döndürülemez hasarlara yol açmaktadır. Çocukları hangi amaç uğruna olursa olsun, ebeveyn denetimi olmadan dijital medyanın kollarına bırakmak, çocuğu her türlü istismara açık hâle getirmek anlamına gelmektedir. Çocukların korunması adına dijital medyada bazı adımlar atılmıştır. Örneğin YouTube Kids uygulaması, platformu çocuklar için uygun hâle getirmiştir. Ancak ülkemizde hâlâ aktif hâle gelmemiştir. Böylelikle, her ülkenin çocuklar için sundukları güvenli internet uygulamaları evlerde kullanılsa da ailelerin üretici çocuklarını internetin zararlı etkilerinden korumak için denetimlerini kendileri yapmaları ve ürettikleri içerikleri kontrol etmeleri gerekmektedir.

2.2.2.2. Tüketici Çocuk

[193] https://www.technologyreview.com/2019/12/27/238167/wannabe-kidfluencers-struggling-youtube-stars/ (20.01.2021)

Geleneksel medya ve özellikle televizyon ile başlayan yeni tüketim modellerinin oluşması, iyi bir izleyici olan çocuğu da önemli ölçüde etkilemiştir. Çocuklar da artık yetişkinler gibi haz odaklı düşünürken aynı zamanda satın aldırma gücüne sahip bireylerdir. Bunun farkında olan mal ve hizmet sahipleri, kitle iletişim araçlarını kullanarak çocuğa da hitap eden yeni bir pazar oluşturmuşlardır. Medyanın gelişmesi ve herkes tarafından erişilir hâle gelmesiyle, çocuklar yeni dönemin tüketicileri olarak geçmişe göre ekonomiye daha fazla dâhil edilmiştir. Böylelikle pazarlamacıların hedefi hâline gelmiştir. Günümüzde tüketimin en önemli mecrası olan dijital medya, çocukların tüketim alışkanlıklarının farkında olarak onların tüketiminin en önemli kaynağı hâline gelmiştir. Diğer taraftan dijital medyanın pazarlama stratejileri geleneksel medyaya göre oldukça profesyonel ve karmaşıktır.

Tıpkı geleneksel medya gibi dijital medya da tüketim hazzını çocuklara yaşatır. Ancak dijital medyanın çocukları koruma noktasındaki tutumu, ticari kaygılarının gerisinde kalmaktadır. Çocuğun korunması için geleneksel medyaya uygulanan reklam ile ilgili düzenlemeler, dijital medya için henüz geçerli değildir. Böylelikle dijital medya araçları, herhangi bir ayrıma tabi tutmadan her türlü ticari girişim ve işbirliğiyle çocuklara hitap etmektedir. Eduardo Galeano, "Dünya, paranın davrandığı gibi davranmayı öğrensinler diye zengin çocuklara para muamelesi, yoksul çocuklara çöpe dönüşsünler diye çöp muamelesi yapar. Hem zengin hem de yoksul olanları tutsak hayatını kader olarak bellesinler diye erkenden medyaya bağlarken, çocuk olmayı başaran çocuklar çok şanslılar, çok büyülüler"[194] ifadelerini kullanarak medyanın esasında çocuğa değil çocuğun parasına hitap ettiğini belirtmektedir.

Dijital medya çağında, çocuk bir tüketici olarak ele alındığında iki farklı tüketim modeli karşımıza çıkmaktadır: Birincisi içerik tüketimi, ikincisi medyanın sunduğu metaa tüketimidir. İlk olarak, çocuklar günlerinin önemli bir kısmını sosyal medya ve dijital platformlardaki içerikleri tüketmek için kullanıyorlar. Dijital

[194] Gülcan Seçkin, "Popüler Çocuk Dergileri ve Tüketici Çocuğun İnşası", *1.Türkiye Çocuk Hakları Kongresi Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı*, (Haz. Mustafa Ruhi Şirin), Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul, 2011, s.245

medyada ürün olarak karşımıza içerik çıkmaktadır. İzleyici konumundaki tüketici çocuklar, tıklanmalarla içeriği satın alarak üreticiye para kazanmaktadır. Üreticiler de, tüketici çocuklara içeriklerini pazarlamaktadır. Temelde bu içerikler, içerisinde eğlence ve bilgi barındırmaktadır. Postman'a göre eğlence, televizyondaki her türlü söylemin bir üst-ideolojisidir.[195] Dijital medya içeriklerindeki söylemin televizyondaki söylemden daha fazla haz ve eğlence barındırdığını söylemek yanlış olmayacaktır. Geleneksel medyanın sunduğu içerik, otoritenin ideolojisine göre belirlenirken, dijital medyanın sınırsız içerikleri izleyicinin eğlenceye ulaşımını kolaylaştırır. Çocuk izleyici de bu eğlenceye hızlı bir şekilde ulaşır. Hatta değişimdeki hızın kendisi bile eğlencedir. Bilgi ise çocuklara içerikler üzerinden farklı formlarda verilir. Ancak bilgi içeren içerikler dahi didaktik dilden uzak, eğlence şeklinde sunulmaktadır. Böylelikle çocuk, dijital medya içerikleri üzerinden bilgi ve eğlence tüketmektedir.

İkinci olarak, medya var olduğu zamandan beri reklamlar üzerinden izleyicilerin tüketim davranışlarını belirlemektedir. Dijital medya ise geliştirilmiş algoritmalar kullanarak, kullanıcıların dijital ayak izlerinin peşinden kişiselleştirilmiş reklamlar sunmaktadır. Bu reklamlar kullanıcının ihtiyaçlarına, ilgi alanlarına ve planlarına göre belirlenmektedir. Dijital medya sayısal verilerle profesyonel bir şekilde kişiselleştirilmiş reklamları kullanırken tıpkı yetişkinler gibi çocuk kullanıcıları da birer tüketiciye dönüştürmüştür. Ayrıca, sosyal medyada fazla takipçili hesabı olan influencerlar, tanınmış kişiler ve sanatçılar üzerinden markaların reklamları yaptırılmakta, bu kişiler tanıttıkları ürüne âdeta kefil olmaktadır. Ürün ile ürün tanıtımı yapan kişi arasındaki iş birliği tüketici çocuğun da ilgisini çekmekte, takip ettiği, özendiği ve rol model aldığı kişinin kullandığı ya da önerdiği ürünü almasına neden olmaktadır. Bu türden iş birliklerinde, üretici çocuğun sahip olduğu sosyal medya hesaplarında da çocuk ürünleri özelinde takipçilere ürünler hakkında bilgi verilerek tanıtımı yapılmaktadır.

[195] Neil Postman, *Televizyon: Öldüren Eğlence*, Ayrıntı yayınları, İstanbul, 1994, s. 95.

Reklamlar, tüketim mesajları ile belirli hayat standartlarını tüketiciye benimsetmektedir. İzleyicileri tüketim kalıplarının içerisine hapsetmeyi amaçlamaktadır. Tüketicileri tekrarlamalar yoluyla koşullandırmada usta olan reklam sektörü, felsefenin, ahlakın, dinin ve estetiğin yerini almıştır.[196] Markalara ilişkin reklamların hem ekonomik hem de sosyal değer olarak günümüz koşullarında sadece ürün ya da hizmet olarak görülmemekte, ona yüklenen imaj, anlam ve sosyal değerler gibi duygusal içerikleriyle de toplumsal bir boyut kazanmaktadır.[197] Medya, bilhassa güncel trendleri belirleyen dijital medya, reklamlarıyla üründen çok imaj satmaktadır. Çocuklar da böylelikle dijital medyanın belirlediği ve sunduğu imajları tüketerek, dönemin "ideal çocuk" anlayışına göre yetiştirilmektedir.

Geleneksel medya araçlarında hem ülkemizde hem de dünyada çocuklara yönelik reklamlar ile ilgili özel düzenlemeler mevcuttur. Çocuklara yönelik reklamlarla ilgili olarak, yürürlükte bulunan mevzuat incelendiğinde gerek Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun'a dayanılarak hazırlanan Ticari Reklam ve İlanlara İlişkin İlkeler ve Uygulama Esaslarına Dair Yönetmelik, gerekse 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un ilgili maddelerinde, çocuklara yönelik reklamların genel sınırlarının belirlenmiş olduğu görülmüştür. Bu kapsamda, çocuklara yönelik reklamların çocukları bilgisizliklerinden ötürü istismar etmemesi, her türlü gelişimlerini olumsuz yönde etkilememesi, şiddete özendirmemesi gibi gereklilikler önemle vurgulanarak çocuklara yönelik reklamlarla ilgili tüm hususların net ve açık ifadeler ile belirlenmesi gerektiği vurgulanmıştır.[198] RTÜK ilgili yasa ve yönetmelikler kapsamında çocukların korunmasını amaçlayarak reklamları denetlemekte, uygun olmayan reklamlara müeyyide uygulamaktadır. Ancak, dijital medya platformlarında, özellikle sosyal medyada çocuklara yönelik reklamlarla ilgili henüz mevcut bir düzenleme bulunmamaktadır. Bu da sınırları ve etki alanı ölçülemeyen bir mecrada dijital yerli olarak tüketici çocukları, reklamlar üzerinden istismara daha açık hâle getirmektedir.

[196] M. E. Buruşuk, 2019, s. 75.
[197] Filiz Ertunç, Çocuk Dünyasında Reklamın Rolü: Televizyon Reklamlarında Çocuklara Yönelik Düzenlemeler, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Uzmanlık Tezi, Ankara, 2011, s. 117.
[198] a.g.e., s. 118-119.

Dijital medya oluşturduğu kültür endüstrisi ile ürettiği imajları kitlelerin zihinlerini yönetmek için kullanmaktadır. Tüketici olarak çocuklar da bu endüstrinin peşinden sürüklenmektedir. Çocukların hem içeriği hem de reklamlarla sunulan ürünleri satın alarak tüketmesi, aslında dijital medyanın sunduğu imajları tüketmesidir. Bu imajlar da dönemin ideal yargılarına göre belirlenmektedir. Çocuklar bağlamında dijital medyada üretim ve tüketim ele alındığında, üreticilerin de tüketicilerin de aynı kişi olduğu bilinmektedir. Üre-tüketici çocuk bir taraftan üretime bir taraftan da tüketim kültürüne dahil olmakta, içerisinde bulunduğu sektörü beslemektedir. Ancak çocuğun içerisinde bulunduğu bu sektör, geleneksel medyanın sınırlılıklarından uzak, kolay, özgür ve yenilikçi aynı zamanda şiddete ve küfüre açık bir ortam olmaktadır. Bu ortamlarda herkesin bilhassa savunmasız çocukların linç yeme girişimi ile karşı karşıya kalması mümkündür. Tüm bunlar bu gösteri biçiminin kaçınılmaz sonuçları olmaktadır.[199]

2.3.3. Dijital Medyada Çocuk Temsili

Dijital medya içeriklerinde çocuğun hem üretimde hem de tüketimde aktif bir şekilde yer almasıyla yetişkinlere yönelik içeriklere daha fazla maruz kalmakta ve böylelikle geleneksel medyaya oranla dijital medyadan daha fazla etkilenmektedir. Geleneksel medyanın temsil ettiği çocuktan çok daha farklı bir çocuk tipi dijital medyada karşımıza çıkmaktadır. Bu yeni çocuk, dijital medyayı da kullanarak kendini istediği gibi ifade edebilme fırsatıyla kendi çocukluk alanını yaratmıştır.

Yeni medyanın hayatlarımıza girmesiyle, egemen gücün kurguladığı ve geleneksel medyayı kullanarak çocuklara mesaj olarak ilettiği ideal çocuğun sınırları muğlaklaşmıştır. Geleneksel medyada çocuk iyi örnekler üzerinden temsil edilirken

[199] M. E. Buruşuk, 2019, s. 98.

dijital medya çocuğun her hâlini, hatta toplumda temsil gücü olmayan çocuk tiplerini bile belli ideolojilere dayanarak göstermektedir. Bunu yaparken de izleyici çocukların ruhsal sağlığı ya da psikolojik gelişimlerini düşünmemektedir. Örneğin, Netflix isimli dijital medya platformunda 9 Eylül 2020 tarihinde *Cuties (Minnoşlar)* isimli film yayına girmiştir. Filmin tanıtımı "11 yaşındaki Amy, Senegal kökenli ailesi ile birlikte Paris'te yaşayan bir kızdır. Okulda "Cuties" adındaki bir dans grubuna girmesi Amy'nin hayatının bambaşka bir hâl almasına neden olur. Dans grubu sayesinde dünyadaki yerini anlamaya, hızla gelişen kadınsılığını fark etmeye başlayan Amy, bu süreçte ailesinin geleneksel değerleriyle çatışma yaşar." ifadeleriyle yapılmış ve toplumumuzda oldukça tepkiye neden olmuştur. Çünkü 11 yaşındaki bir kızın "kadınsılığı" keşfetmesi, çocuğa cinsel bir anlam yüklenmesine sebep olarak kapısını pedofiliye aralamıştır.

Film yalnızca ülkemizde değil tüm dünyada da tepkiyle karşılanmıştır. Amerika Birleşik Devletleri, Kanada, Almanya ve İngiltere gibi ülkelerde, Netflix'i "çocuk pornografisi yayınlamakla" suçlayan üst düzey bürokratlar, kanaat önderleri ve ünlü isimler bu içeriğin Netflix kataloğundan çıkarılmasını istemiştir. ABD'de bazı eyaletlerde Netflix'in suç işlediği ve yargılanması gerektiği belirtilmiştir. Tepkiler üzerine Netflix'in borsadaki hisseleri de değer kaybetmiştir. Yayın platformu aleyhine sosyal medyadan kampanya başlatan düşünce kuruluşları ve çocuk hakları savunucuları Netflix hesaplarını kapatma kararı almış ve Twitter'da "#cancelnetflix" (Netflix'ini iptal et) etiketiyle dünya listesinden inmeyen kampanya dünya basınında da yankı bulmuştur. Cinsellik ve çıplaklık uyarısıyla ailelere sunulan filmin IMDB puanı ise 1,7'yi geçememiştir.[200] Türkiye ise örnek bir kararla erken davranarak Dünya'da tepkiyle karşılanan yapıma, yayına çıkmadan önce müdahale etmiştir. 6112 sayılı Kanun'un 8. Maddesinin 1. Fıkrasının (ğ) bendinde yer alan, "*Yayın hizmetleri; çocuklara, güçsüzlere ve engellilere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez*"[201] hükmünü ihlal ettiği ve bu sebeple yayıncı kuruluşun söz konusu programı

[200] https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/minnoslar-filmi-dunyada-tepkiyle-karsilandi-/1970225 (12.02.2021)
[201] 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, RG: 15.02.2011, 27863.

kataloğundan çıkarması gerektiğine oy birliğiyle karar vermiştir. Böylelikle Netflix, filmi daha yayına girmeden Türkiye kataloğundan çıkarmıştır.

Çocukların dijital medyada bu şekilde yer alması, toplumdaki belli bir kesimi temsil etmekten ziyade, çocuğu istismara tamamen açık hâle getirmekte, pedofiliyi de meşrulaştırmaktadır. Her "tip"ten ve her sınıftan çocuğun medyada temsili, her zaman çocuklar üzerinden toplumda farkındalık oluşturmamakta, medyanın sunuş biçimine bağlı olarak bazen de çocukları psikolojik, zihinsel ve ahlaki olarak olumsuz yönde etkilemektedir. Ayrıca bu tür negatif temsillerden olumsuz etkilenen yalnızca çocuklar değildir; içerisindeki sapkın duyguları bastıran hasta bireyler de bu tür yapımlarla duygularını açığa çıkarmaktan çekinmeyecektir.

Çocukların medyadaki temsiline ilişkin, ideal olanın gösterimi ile var olanın gösterimi iki ucu temsil etmektedir. Esasında bu tartışma Antik Yunan'dan beri yapılmaktadır. Platon ve Aristoteles, sanat anlayışlarında iki zıt görüşü savunmaktadır. Platon'a göre sanatçı bir ayna olmamalıdır. Yani fenomenler dünyasının kopyasını sunmamalıdır. İdeal ve akılsal olanı ifade etmelidir.[202] Yani herhangi bir sanat eserinde bir eser oluşturulacaksa, bu eser toplumdaki ideal olana karşılık gelecek şekilde sunulmalıdır. Platon'un sanat etiğine göre, medyadaki çocuk temsili de ideal çocuk üzerinden yapılmalıdır. Ancak Aristo'ya göre sanatçı Platon'un tersine insanlara sahte dünyalar sunan bir taklitçi değil tam tersine insanlara çok farklı dünyalar ve güzellikler sunan doğada bulunmayan ama olabilir güzellikleri de bulan ve bunları ifade eden kişiler olarak ele almıştır. Sanatçı bu güzellikleri ifade ederken kendini de ifade eder. Bu ifade şekli kendinden bir şeyler katarak sanatını oluşturur.[203] Yani Aristo, sanatçıyı da yapım sürecine dahil ederek, toplumda var olan gerçekliklerin, idealden uzak olsalar bile, sanat eserinde gösterilmesi gerektiğini savunmuştur. Böylelikle, Aristocu düşünce, medyadaki çocuk temsili bağlamında, toplumda var olan her çocuğun medyada gösterilebilir olduğunu düşünmektedir.

[202] Tamer Kavuran, Bayram Dede, "Platon ve Aristoteles'in Sanat Etiği, Estetik Kavramı ve Yansımaları", *Sanat Dergisi,* Sayı: 23, 2013, s. 53.
[203] a.g.e., s. 56.

Her iki görüş de sanat etiği bağlamında farklı temsilleri savunmaktadır. Ancak, toplumda var olan her türden çocuğun medyada yer alması, medya içeriklerinin geniş izlenme ve etki alanına sahip olması nedeniyle çocuğun gerçek hayatta toplum içerisinde karşılaşamayacağı örneklerle de karşılaşması anlamına gelmektedir. Böylelikle medya, çocuğun korunaklı dünyasında her olumsuz temsille bir delik açmaktadır. Yetişkinlerin dünyasına ait kavramları çocuğun dünyasına zorla sokan medya, çocuğun masumiyetini elinden alarak, temsilleri üzerinden var edilmek istenen yapıda yeni bir çocukluk modeli inşa etmeye çalışmaktadır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ORTAOKUL DÖNEMİNDE MEDYA KULLANIMI BAŞLIKLI SAHA ARAŞTIRMASI

3.1. GİRİŞ

3.1.1. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın temel amacı, içerisinde bulunduğumuz yeni medya çağında çocukların geleneksel medya ve dijital medya araçlarına yönelik tercihlerinin belirlenmesidir. Bu temel amaç kapsamında, çocukların medya araçlarında geçirdikleri süreler, medya kullanımı bağlamında ebeveynlerin çocukları üzerindeki müdahaleleri ve çocukların nihai olarak seçtikleri medya türü gibi konulardaki yönelimleri incelenmiştir.

3.1.2. Araştırmanın Önemi

Medya her geçen gün gelişerek dönüşmekte, yeni formlarla çocuk izleyici ve kullanıcıların karşısına çıkmaktadır. Değişen ve dönüşen medya, çocuğu da değiştirmekte ve dönüştürmektedir. Ülkemizde, medya ve çocuk bağlamında çalışmalar yapılsa da nicel araştırmaların eksikliği çocuğa olan yaklaşımımızı etkilemektedir. Neredeyse günlük olarak değişen medya alışkanlıkları konusunda yapılan araştırmaların güncel olması, takip, kontrol ve çeşitli önlemlerin geliştirilebilmesi için temel meseledir. Bu araştırma vesilesiyle, hem çocukların medya

kullanım alışkanlıkları hakkında güncel verilere ulaşılacak, hem de geleneksel medya ve dijital medya unsurlarının çocuklar arasındaki kullanımları karşılaştırmalı olarak değerlendirilecektir.

3.1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları

Çocukların dijital medya ve geleneksel medya araçları kullanımındaki farklar hakkında fikir sahibi olmayı amaçlayan bu araştırma çalışması yapılırken karşılaşılan en büyük güçlük anketin uzaktan yapılması dolayısıyla ortaokul döneminin tamamını temsil edebilecek profildeki çocukların sosyo-ekonomik sınıflarının çeşitliliğinin sağlanmasında karşılaşılan zorluklar olmuştur. Bu durum, çocukların medya tercihleri konusunda en belirleyici sonuçları ortaya koyabilecek daha dar bir grubun ele alınmasını gerekli kılmış bu doğrultuda ulaşılabilinen grupla çalışma çerçevelendirilmiştir.

Araştırma çalışmasında karşılaşılan bir diğer güçlük, yaklaşık bir yıldır devam eden pandemi nedeniyle anketin çevrim içi veri tabanı üzerinden yapılması, hedef kitlenin ankete ayırdıkları zamanın kısa olmasına ve anket sorularının az sayıda tutulmuş olmasına sebep olmuştur. Anket sorularının gruplandırıldığı başlıklar altında daha ayrıntılı ve araştırmayı detaylandıracak sorular sormak mümkün olsa da katılımcıların anketin tamamını doldurmalarını temin etmek maksadıyla mobil cihazları ya da bilgisayarları karşısında ayıracakları vakit optimal sürede tutulmaya çalışılmıştır. Ayrıca, çalışmaya katılan çocukların yaş aralığı (10-14) ile alakalı olup onların dikkatini ankette tutmaya ve tüm soruları sıkılmadan cevap vermelerini sağlamaya yönelik olmuştur.

Araştırmada ulaşılabilen çocuklar, sosyo-ekonomik açıdan orta sınıfı temsil edebilecek ilçe ve mahallelerden seçilmiştir. Ortaokul dönemindeki çocukların genel

görüşlerini anlamak ve çalışmanın daha sağlıklı yürütülebilmesi için sosyal konum itibariyle daha geniş yelpazede bir katılımcı kitlesine ulaşılması gerektiği durumunun göz önünde bulundurulması gerekmektedir.

3.2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ VE KAPSAMI

3.2.1. Yöntem

Sosyal bilimler alanında gerçekleştirilen araştırmalarda farklı yaklaşımlar olmakla birlikte, nicel ve nitel araştırma yöntemleri ön plana çıkmaktadır. Bu iki temel araştırma yönteminden nicel araştırma yöntemi, pozitivist anlayış doğrultusunda sosyal olguları ortaya çıkaran kanunlara odaklanmakta ve elde edilen verilerden yola çıkarak genellemelere ulaşmaktadır. Bu yöntemin uygulamasında demografik veriler, kantitatif bilgiler ön plana çıkmaktadır.[204] Bu tez çalışması kapsamında söz konusu araştırma yöntemleri içerisinden nicel araştırma yöntemlerinden "Tarama" yöntemi kullanılmıştır. Bu tür araştırmalarda, mevcut olan durum katılımcı görüşlerine göre betimsel olarak araştırılmaktadır. Tarama araştırmalarının amacı genellikle araştırma konusu ile ilgili var olan durumun fotoğrafını çekerek bir betimleme yapmaktır.[205] Tarama modelleri, geçmişte ya da hâlen var olan bir durumu olduğu şekliyle betimlemeyi amaçlayan bir araştırma türü olarak öne çıkmaktadır.[206]

[204] Isadore Newman, Carolyn Benz, *Qualitative - Quantitative research Methodology*, Southern Illinois University, Illinois, 1998, s. 15.
[205] Şener Büyüköztürk, Ebru Kılıç Çakmak, Erkan Akgün Özcan, Şirin Karadeniz, Funda Demirel, *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Pegem Akademi, Ankara, 2012.
[206] Niyazi Karasar, *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2012.

3.2.2. Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu oluşturulurken evren olarak ortaokul dönemindeki 5,6,7 ve 8. Sınıflarda eğitim-öğretim gören çocuklar seçilmiştir. Örneklem belirlenirken evreni temsil eden örnekleme ulaşmak zor olduğu için örnekleme yöntemi olarak seçkisiz olmayan örnekleme yöntemlerinden olan "uygun örnekleme" yöntemi tercih edilmiştir. Bu örnekleme yöntemi, araştırmacının evreni oluşturan kişilerin belirlemesi ve ulaşması zor olduğu durumlarda tercih edilmektedir. Bu şekilde araştırmacı zaman ve iş gücü kaybı açısından ekonomik olacak şekilde örneklemini belirleyebilmektedir. Bu yöntemde ihtiyaç duyulan örneklem sayısına ulaşıncaya kadar en uygun ve kolay ulaşılabilen kişilerden başlanarak çalışma grubu oluşturulmaktadır.[207] Bu amaçla, anket çalışmasının hedef kitle olan ortaokul dönemindeki çocuklar tarafından doldurulmasını sağlamak amacıyla okul müdürleri, sınıf öğretmenleri ve ebeveynler ile irtibata geçilmiştir. Anket çalışması kapsamında, 418'i kız çocuğu, 342'i erkek çocuğu olmak üzere toplamda 760 öğrenciye ulaşılmıştır.

3.2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırma kapsamında veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından geliştirilen anket kullanılmıştır. Anket geliştirilirken geniş çaplı bir literatür çalışması yapılmış, öncelikli olarak yakın dönemde konu ile ilgili yazılmış yüksek lisans ve doktora tezleri araştırılmış, ardından nicel araştırma yapan akademik makaleler incelenmiştir. Çocuk, tarihsel süreç içerisinde çocukluk kavramı, medya ve çocuk, geleneksel ve dijital medya karşısında çocuğun konumu gibi konular araştırılmış; kavramsal çerçeveyi açıklayıcı sosyolojik eserler taranmış; gerçekleştirilmiş olan saha araştırmaları ve raporlar dikkatle incelenerek araştırmanın temel amacına uygun

[207] Yener Özen, Abdulkadir Gül, "Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu", *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 15, 2007.

olacak şekilde 18 soru maddesi yazılmıştır. Anket hazırlanırken sorular kendi aralarında gruplandırılmış ve bu gruplar demografik bilgiler, geleneksel medya ve dijital medya olarak başlıklandırılmıştır. Söz konusu araştırmada katılımcılara sorular çoktan seçmeli şeklinde sunulmuştur. Hazırlanan taslak form tez danışmanına gönderilerek uzmanın görüşü alınmıştır. Uzmandan gelen dönütlere göre bazı maddeler düzeltilerek ankete nihai hâli verilmiştir.

Çevrim içi ortamda gerçekleştirilen anket çalışmaları daha objektif yanıtlar alınabilmesi, ulaşılması güç olan kişilere ulaşılabilmesi ve kişinin kendisini ortaya koymaktan kaçındığı durumlara ilişkin sonuçlara erişilebilmesi imkanlarını sunduğu için avantajlı taraflara sahiptir. Bununla birlikte çevrim içi ortamda gerçekleştirilen anketlerin dezavantajlarından sınırlılıklar bölümünde bahsedilmiştir.

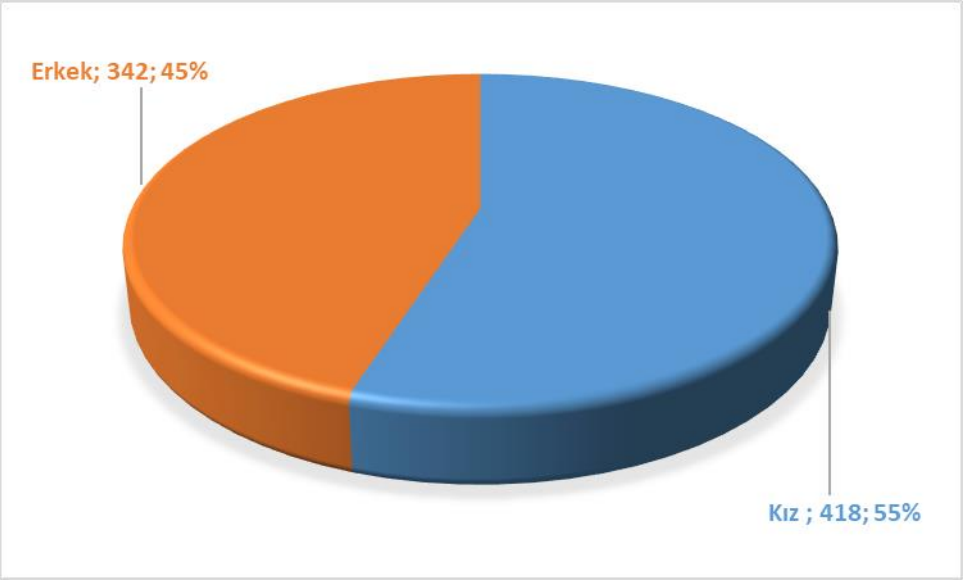
3.2.4. Veri Analizi

Araştırma kapsamında kullanılan anket ile elde edilen verilerin analizi Excel programı kullanılarak yapılmıştır. Her bir soruya ait bulgular betimsel analiz yöntemlerinden yüzde ve grafik kullanılarak sunulmuştur.

3.3. BULGULAR

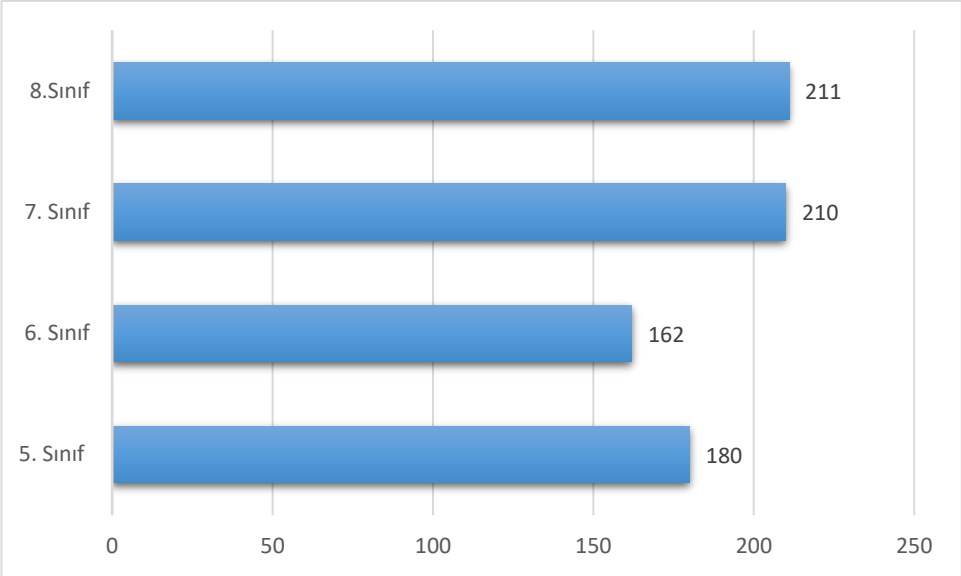
3.3.1. Demografik Veriler

Araştırmaya katılan çocuklara demografik bilgilerinin saptanması için 3 adet soru sorulmuştur. Bu sorular, cinsiyet, sınıf ve şehir bilgileridir.



Grafik 3.1 Araştırmaya Katılanların Cinsiyet Dağılımı

Araştırmaya katılanların %55'i (418 kişi) kız çocuğu ve %45'i (342 kişi) erkek çocuğundan oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların cinsiyet dağılımı birbirine yakınken oran neredeyse yarı yarıyadır.

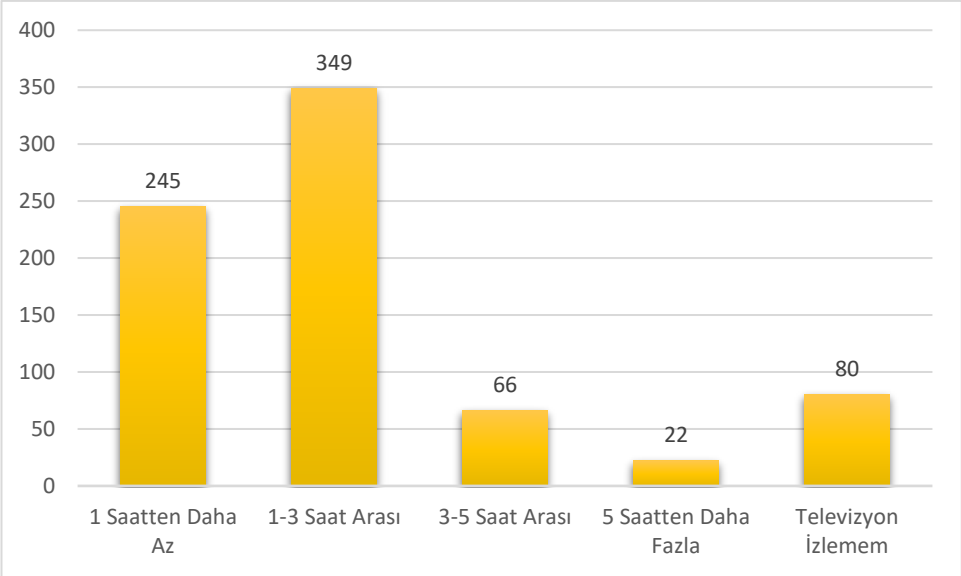


Grafik 3.2 Araştırmaya Katılanların Sınıf Aralığı

Araştırmaya katılanların %24'ü 5. sınıfa giden çocuklardan, %21'i 6. sınıfa giden çocuklardan, %27'si 7. sınıfa giden çocuklardan, %28'i 8. sınıfa giden çocuklardan oluşmaktadır. Araştırmaya katılanların sınıflara göre dağılımında belli bir sınıf öne çıkmamış, dağılım yakın oranlarda olmuştur. Bu soruya toplamda 763 çocuk cevap vermiştir.

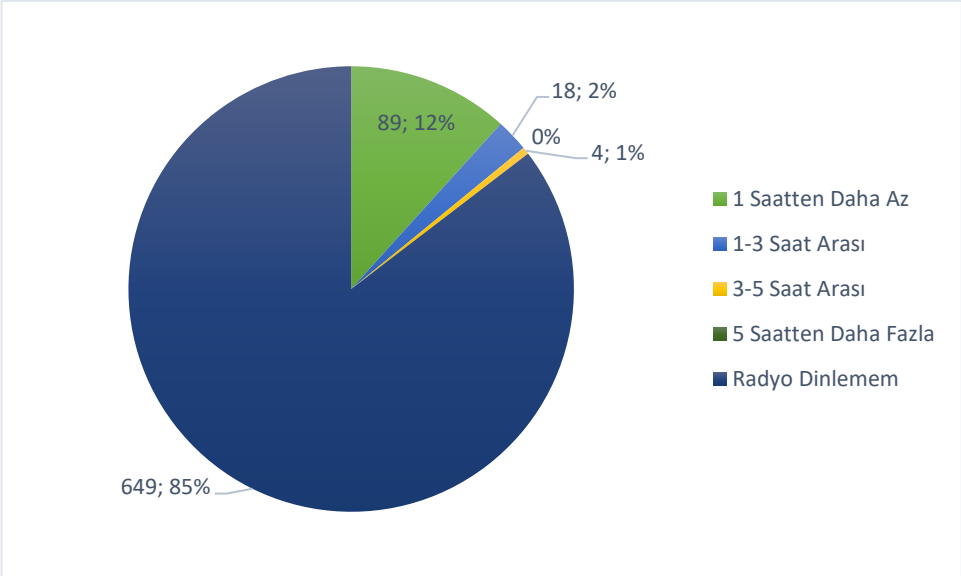
3.3.2. Geleneksel Medya Kullanımına İlişkin Cevapların Değerlendirilmesi

Geleneksel medya kullanımına ilişkin araştırmaya katılan çocuklara 6 adet soru sorulmuştur. Sorular şu şekildedir: "1-Televizyonu günde _____ izlerim., 2-Radyoyu haftada _____ dinlerim., 3-Ayda_____ adet dergi okurum., 4-Televizyonda en fazla _____ izlerim., 5-Televizyon izlerken ebeveynlerimden en az biri yanımda olur., 6-Televizyon izleme süremi anne ya da babam belirler." Bu sorularla, çocukların geleneksel medya araçlarını kullanma sıklığı ve televizyon izleme alışkanlıkları ölçülmeye çalışılmıştır.



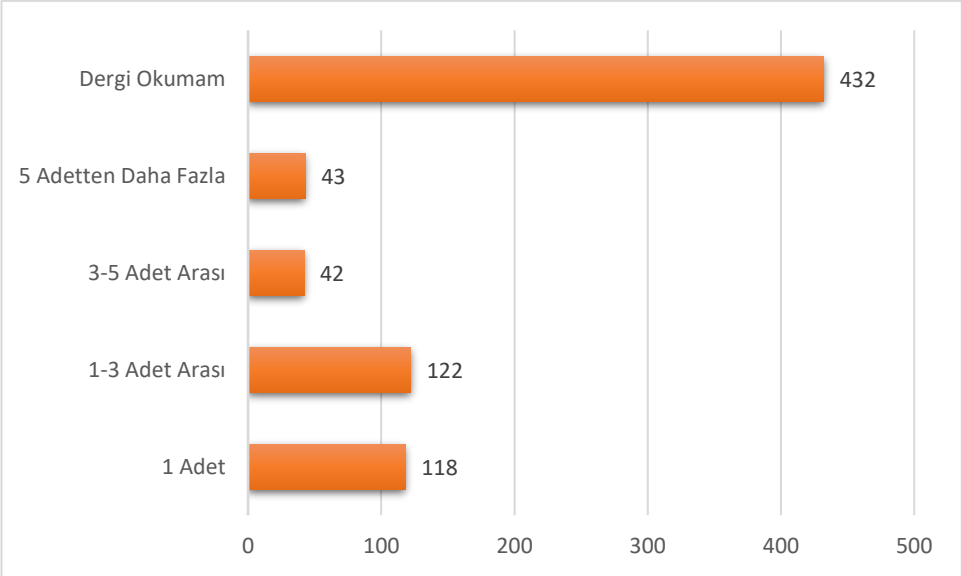
Grafik 3.3 Araştırmaya Katılanların Günlük Televizyon İzleme Süreleri

Araştırmaya katılan çocukların %32.2'si (245 kişi) günde 1 saatten daha az televizyon izlediğini, %45.8'i (349 kişi) günde 1-3 saat arası televizyon izlediğini, %8.7'si (66 kişi) günde 3-5 saat arası televizyon izlediğini, %2.9'u (22 kişi) günde 5 saatten daha fazla televizyon izlediğini, son olarak %10.5'i (80 kişi) televizyon izlemediğini belirtmiştir. Soruya yanıt veren çocukların sayısı 762'dir. Katılımcıların neredeyse yarısına yakını günde 1-3 saat arası televizyon izlediklerini belirtmiştir. Bu veri RTÜK'ün 2018 yılında yaptığı "Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları Araştırması" ile de uyumludur. Söz konusu araştırmaya göre çocukların hafta içi 1 saat 23 dakika, hafta sonu 1 saat 47 dakika televizyon izledikleri tespit edilmiştir. Günlük 3 saat ve üzeri televizyon izleyen çocukların oranı %11.6 (88 kişi)'dır. Tabloda dikkat çeken bir diğer husus da araştırmaya katılan çocukların %10.5'inin (80 kişi) televizyon izlemediklerini dile getirmesidir. Günlük televizyon izlemeyen ve günde 3 saat ve üzerinde izleyen çocukların sayısı neredeyse eşittir.



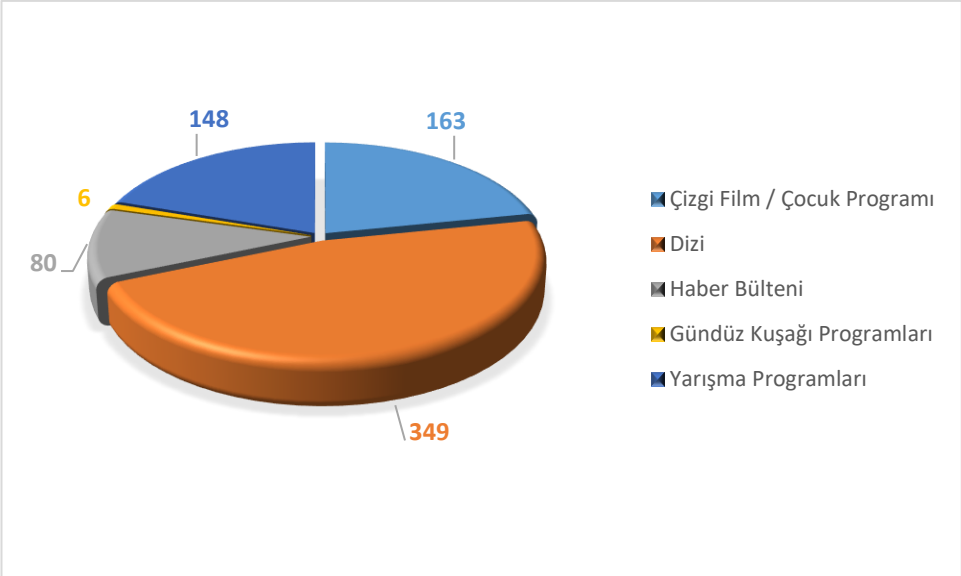
Grafik 3.4 Araştırmaya Katılanların Haftalık Radyo Dinleme Saatleri

Araştırmaya katılan çocukların %12'si (89 kişi) haftalık 1 saatten daha az, %2'si (18 kişi) haftalık 1-3 saat arası, %1'i (4 kişi) 3-5 saat arası radyo dinlediğini belirtirken, %85'i (649 kişi) radyo dinlemediğini ifade etmiştir. Radyo dinlemeyen çocukların oranı çarpıcı derecede yüksektir. Ayrıca haftalık 5 saatten daha fazla radyo dinleyen çocuk bulunmamaktadır. Soruya cevap veren çocuk sayısı 760'dır.



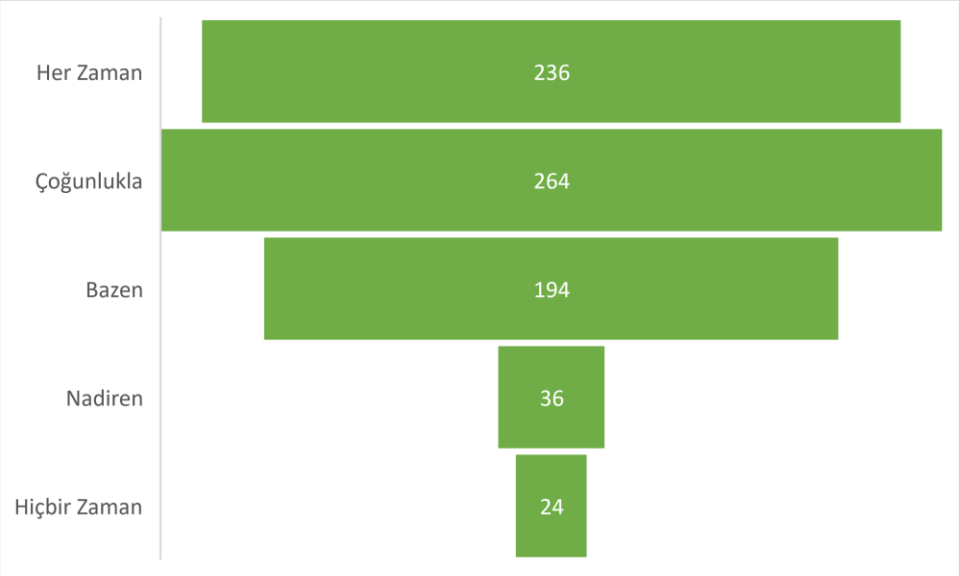
Grafik 3.5 Araştırmaya Katılanların Okudukları Aylık Dergi Sayısı

Araştırmaya katılan çocukların %15.6'sı (118 kişi) aylık 1 adet, %16.1'i (122 kişi) aylık 1-3 adet arası, %5.5'i (42 kişi) aylık 3-5 adet arasında, %5.7'si (43 kişi) aylık 5 adetten daha fazla dergi okuduğunu belirtmiştir. Dergi okumadığını söyleyen katılımcılar ise 432 kişi ile %57.1'dir. Soruya yanıt veren çocukların sayısı ise 757'dir. Bu tabloda dikkat çekici olan ilk kısım, hiç dergi okumayan çocukların katılımcıların yarısından fazlasını oluşturuyor olmasıdır. İkinci olarak, aylık 3-5 adet arasında ve 5 adet ve üzerinde dergi okuyan çocukların sayısı 85 kişi ile katılımcıların yüzde 10.2'sini oluşturmaktadır.



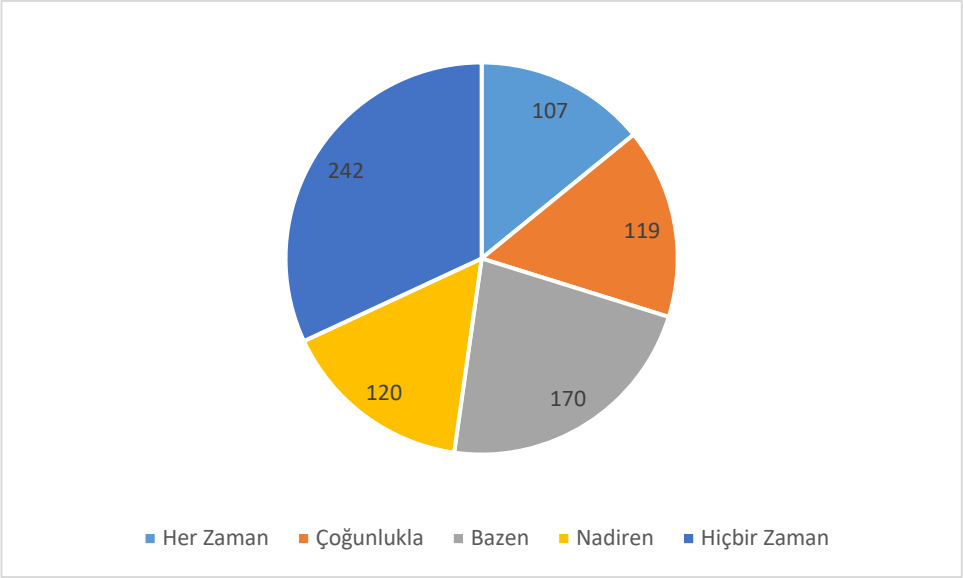
Grafik 3.6 Araştırmaya Katılanların Televizyonda En Fazla İzledikleri Yayın Türü

Araştırmaya katılan çocukların %21.8'i (163 kişi) televizyonda en fazla çizgi film ya da çocuk programı, %46.8'i (349 kişi) dizi, %10.7 (80 kişi) haber bülteni, %0.8'i (6 kişi) gündüz kuşağı programları, %19.8'i (148 kişi) yarışma programları izlediğini belirtmiştir. Soruyu 746 çocuk yanıtlamıştır. Tabloda dikkat çeken nokta ise orta okul dönemindeki çocukların televizyonda en fazla izledikleri yayın türünün diziler olmasıdır. Televizyonda en fazla dizi izlemeyi tercih eden çocuklar araştırmaya katılan çocukların neredeyse yarısıdır. Gündüz kuşağı programları ise araştırmaya katılan çocuklar arasında en az izlenen (6 kişi) tür olmuştur.



Grafik 3.7 Araştırmaya Katılanların Ebeveynleri ile Televizyon İzleme Oranı

Araştırmaya katılan çocuklardan "Televizyon izlerken ebeveynlerimden en az biri yanımda olur." ifadesine cevap vermeleri istenmiştir. Çocukların %31.3'ü (236 kişi) her zaman yanıtını, %35'i (269 kişi) çoğunlukla cevabını, %25.7'si (194 kişi) bazen cevabını, %4.8'i (36 kişi) nadiren cevabını, %3.2'si (24 kişi) hiçbir zaman cevabını vermiştir. Araştırmaya katılan çocukların %66.3'ü (500 kişi) televizyon izlerken ebeveynlerinden en az birinin her zaman ve çoğunlukla yanında olduğunu ifade etmiştir. Ayrıca, çocukların %8'i (60 kişi) televizyon izlerken anne ve babalarından en az birinin nadiren yanında olduğunu ve hiçbir zaman yanında olmadığını dile getirmiştir. Tablodan anlaşılacağı üzere, anne ve babalar, çocukları televizyon izlerken yüksek oranda onların yanında bulunmaktadır.



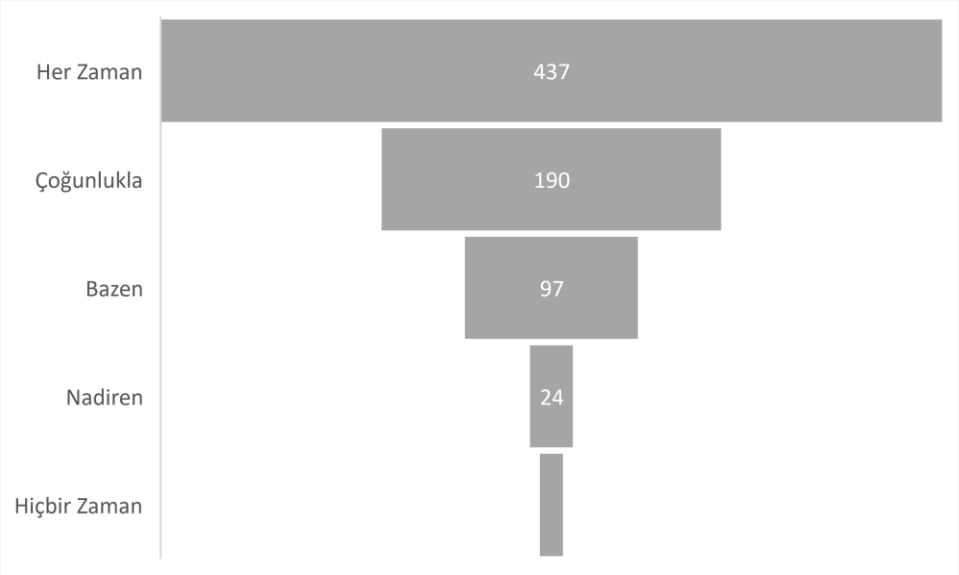
Grafik 3.8 Araştırmaya Katılanların Televizyon İzleme Saatlerinin Ebeveynleri Tarafından Belirlenme Oranı

Araştırmaya katılan çocuklara "Televizyon izleme süremi anne ya da babam belirler." ifadesine cevap vermeleri istenmiştir. Buna göre çocukların %14.1'i (107 kişi) her zaman cevabını, %15.7'si (119 kişi) çoğunlukla cevabını, %22.4'ü (170 kişi) bazen cevabını, %15.8'i (120 kişi) nadiren cevabını ve %31.9'u (242 kişi) hiçbir zaman cevabını vermiştir. Katılımcıların %29.8'inin (226 kişi) ebeveynleri her zaman ve çoğunlukla, çocuklarının televizyon izleme sürelerine müdahale ederken, %47.7'sinin ebeveynleri nadiren ve hiçbir zaman çocuklarını televizyon izleme sürelerini belirlememektedir. Çocuklarının televizyon izleme sürelerine müdahale etmeyen aileleri toplam katılımcıların neredeyse yarısını oluşturmaktadır.

3.3.3. Dijital Medya Kullanımına İlişkin Cevapların Değerlendirilmesi

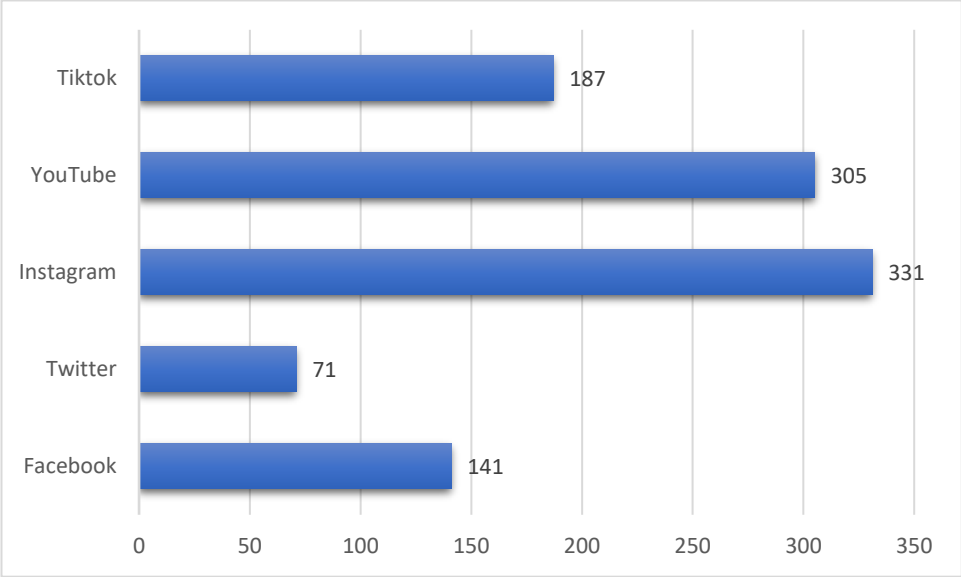
Dijital medya kullanımına ilişkin araştırmaya katılan çocuklara 9 adet soru sorulmuştur. Sorular şu şekildedir: "1-İnternete kolayca ulaşabilirim., 2-Şu ağlarda sosyal medya hesabım var., 3-İnterneti günde _____ kullanırım., 4-İnterneti en

fazla _____ için kullanırım., 5-Sosyal medyada en fazla _____ yaparım., 6-Dizi izlemek için dijital platformları (Netflix, Blu Tv, Puhu Tv, Exxen vb.) tercih ederim., 7-İnternet kullanırken ebeveynlerimden en az biri yanımda olur., 8-İnternet kullanım süremi annem ya da babam belirler., 9-Televizyon yerine interneti tercih ederim." Bu sorularla, çocukların dijital medya araçlarını kullanma sıklığı ve alışkanlıklarını, bir de çocukların geleneksel medya ve dijital medyadan hangisini tercih ettiği ölçülmeye çalışılmıştır.



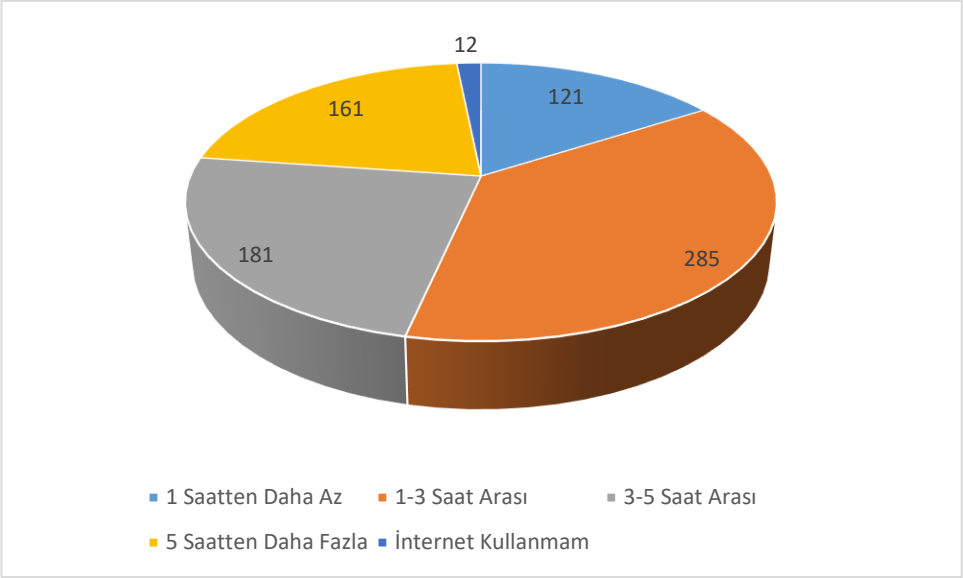
Grafik 3.9 Araştırmaya Katılanların İnternete Erişim Oranları

Araştırmaya katılan çocuklardan "İnternete kolayca erişebilirim." ifadesine cevap vermeleri istenmiştir. Soruya 761 kişi cevap vermiştir. Çocukların %57.4'ü (437 kişi) soruya her zaman cevabını, %25'i (190 kişi) çoğunlukla cevabını, %12.7'si (97 kişi) bazen cevabını, %3.2'si (24 kişi) nadiren cevabını, %1.7'si (13 kişi) hiçbir zaman cevabını vermiştir. Tablodan anlaşılacağı üzerine çocukların %82.4'ü (627 kişi) internete her zaman ve çoğunlukla erişebildiğini ifade ederken, katılımcıların %4.9'u (37 kişi) internete nadiren erişebildiğini ve hiçbir zaman erişemediğini söylemiştir. Böylelikle çocukların büyük çoğunluğunun internete kolay erişebildiği anlaşılmıştır.



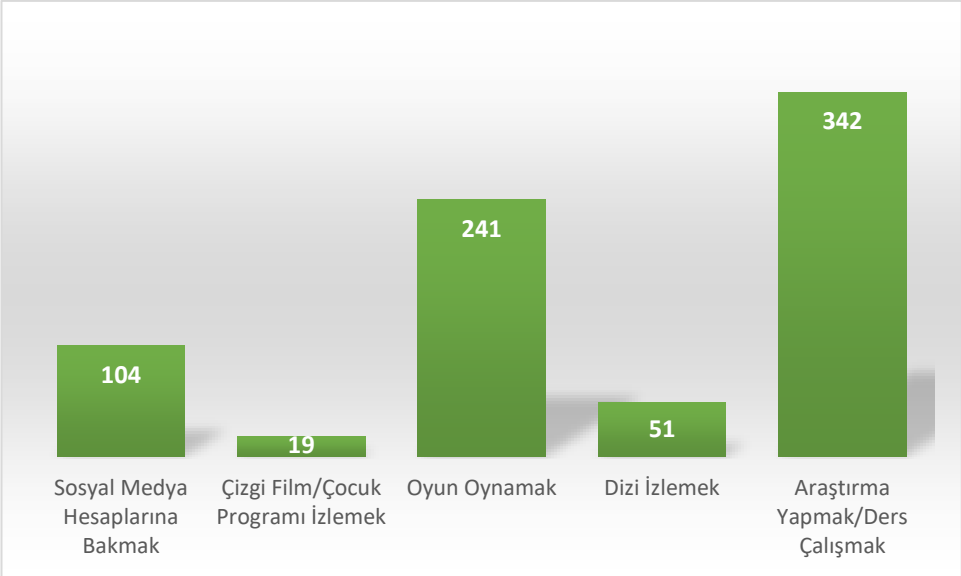
Grafik 3.10 Araştırmaya Katılanların Sosyal Medyadaki Hesaplarının Oranı

Araştırmaya katılan çocuklara sosyal ağlardaki hesapları sorulduğunda, katılımcıların %34'ü (187 kişi) Tiktok, %55.5'i (305 kişi) YouTube, %60.2'si (331 kişi) Instagram, %12.9'u (71 kişi) Twitter, %25.6'sı (141 kişi) Facebook cevabını vermiştir. Soruda birden fazla şık işaretleyebilme olanağına sahip çocukların en fazla Instagram hesabına, en az da Twitter hesabına sahip olduğu görülmüştür. Instagram hesabını, YouTube hesabı takip etmektedir. Böylelikle, tablodan anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan çocuklar sosyal medyada en fazla Instagram ve YouTube hesabına sahiptir.



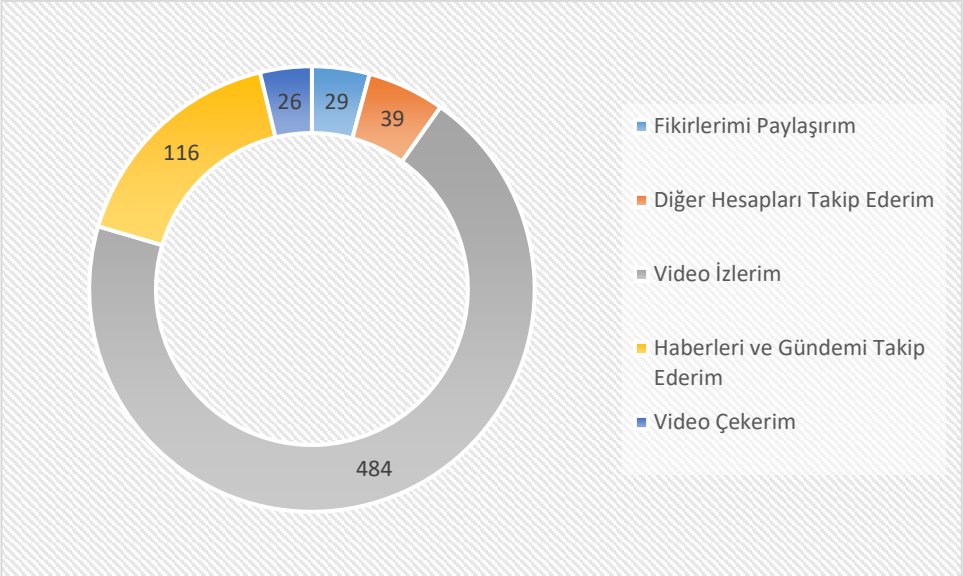
Grafik 3.11 Araştırmaya Katılanların İnternet Kullanım Süreleri

Araştırmaya katılan çocuklara günlük internet kullanım saatleri sorulmuştur ve çocukların %15.9'u (121 kişi) interneti günde 1 saatten daha az, %37.5'i (285 kişi) günde 1-3 saat arası, %23.8'i (181 kişi) günde 3-5 saat arası, %21.2 (161 kişi) günde 5 saatten daha fazla kullandığını belirtirken, %1.6'sı (12 kişi) internet kullanmadığını ifade etmiştir. Soruya cevap veren çocukların sayısı 760'tır. Çocukların en fazla 1-3 saat arası interneti kullandığı tespit edilmiştir. Bu veri RTÜK'ün 2018 yılında yaptığı "Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları Araştırması" ile de uyumludur. Söz konusu araştırmaya göre çocukların hafta içi 2 saat 2 dakika hafta sonu 2 saat 41 dakika internet kullandığı anlaşılmıştır.



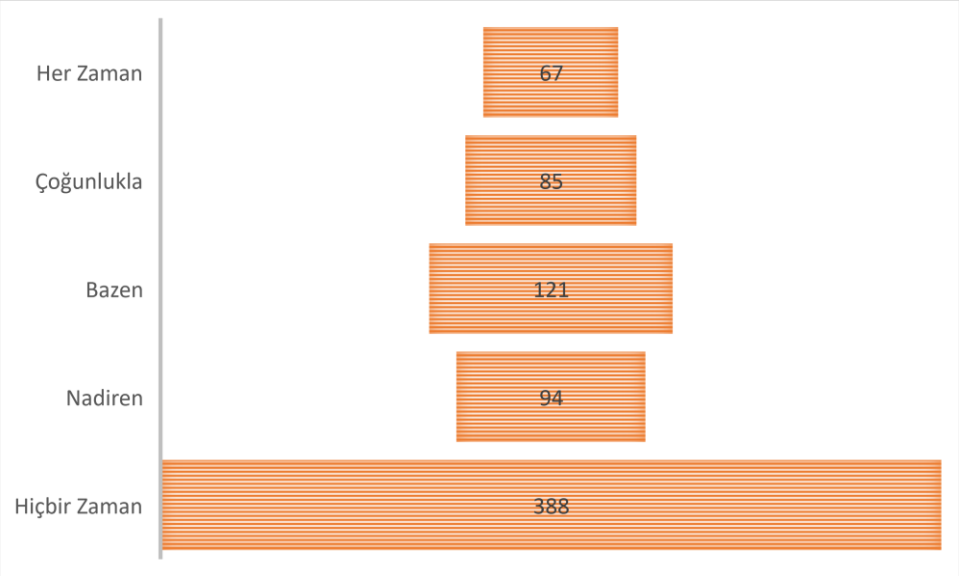
Grafik 3.12 Araştırmaya Katılanların İnterneti En Fazla Kullanma Nedenleri

Araştırmaya katılan çocukların %13.7'si (104 kişi) interneti en çok sosyal medya hesaplarına bakmak için, %2.5'i (19 kişi) çizgi film ya da çocuk programı izlemek için, %31.8'i (241 kişi) oyun oynamak için, %6.7'si (51 kişi) dizi izlemek için, %45.2'si (342 kişi) araştırma yapmak ya da ders çalışmak için kullandığını ifade etmiştir. Soruyu yanıtlayan çocukların sayısı 757'dir. Tablodan anlaşılacağı üzere çocuklar interneti en fazla ders çalışmak ya da araştırma yapmak için kullanırken en az da çizgi film ya da çocuk programı izlemek için kullandıklarını belirtmişlerdir.



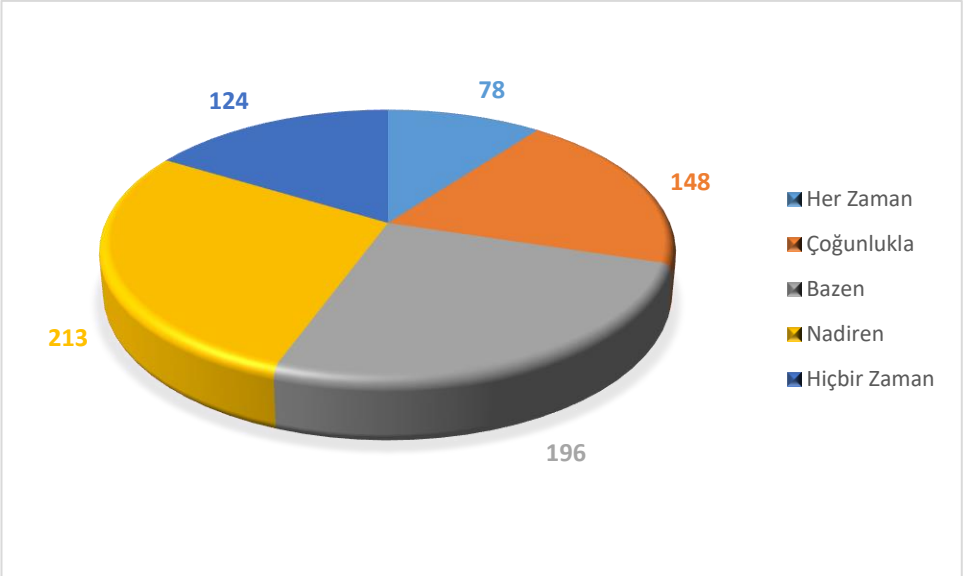
Grafik 3.13 Araştırmaya Katılanların Sosyal Medyayı En Fazla Kullanma Nedenleri

Araştırmaya katılan çocukların %4.2'si (29 kişi) sosyal medyada en fazla fikirlerimi paylaşırım cevabını, %5.6'sı (39 kişi) diğer hesapları takip ederim cevabını, %69.7'si (484 kişi) video izlerim cevabını, %16.7'si (116 kişi) haberleri ve gündemi takip ederim cevabını, %3.7'si de (26 kişi) video çekerim cevabını vermiştir. Tablodan net bir şekilde anlaşılacağı üzere çocuklar sosyal medyada en fazla video izlemektedir. Çekilen içerikleri tüketen çocukların sosyal medyada en az video çektikleri yani içerik ürettikleri anlaşılmaktadır.



Grafik 3.14 Araştırmaya Katılanların Dizi İzlemek İçin Dijital Platformları (Netflix, Blu Tv, Puhu Tv, Exxen vb.) Tercih Etme Oranı

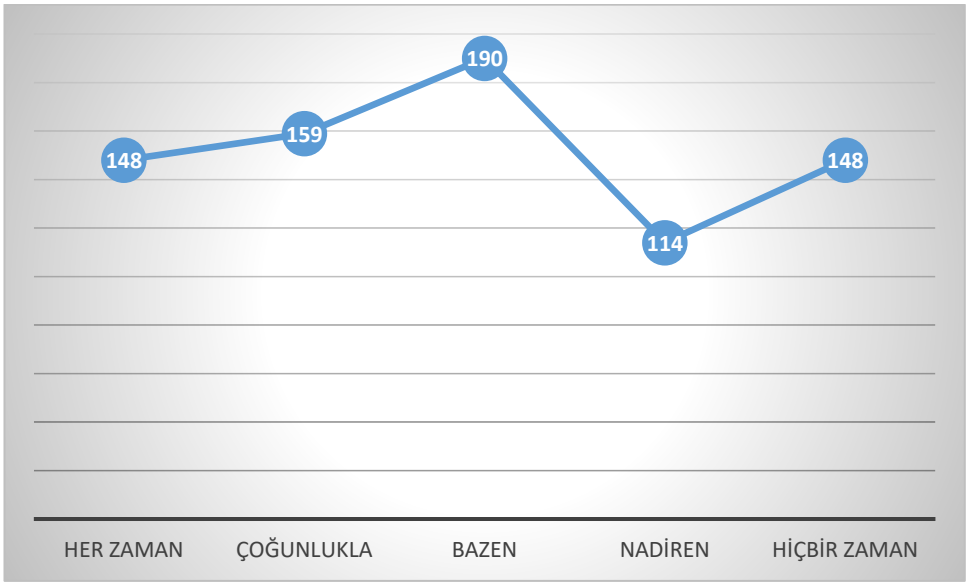
Araştırmaya katılan çocukların "Dizi izlemek için dijital platformları (Netflix, Blu Tv, Puhu Tv, Exxen vb.) tercih ederim." ifadesine cevap vermeleri istenmiştir. Çocukların %8.9'u (67 kişi) her zaman, %11.3'ü (85 kişi) çoğunlukla, %16'sı (121 kişi) bazen, %12.5'i (94 kişi) nadiren, %51.4'ü (388 kişi) hiçbir zaman cevabını vermiştir. Çocukların yarısından fazlası hiçbir zaman dizi izlemek için dijital platformları kullanmazken, %20.2'si (152 kişi) her zaman ve çoğunlukla dijital platformları tercih etmektedir. Araştırmaya katılanların dizi izlemek için dijital platformları çoğunlukla tercih etmemesi, Grafik 12'teki interneti kullanarak dizi izleme oranı ile örtüşmektedir.



Grafik 15: Araştırmaya Katılanların Ebeveynleri Gözetiminde İnternet Kullanma Oranı

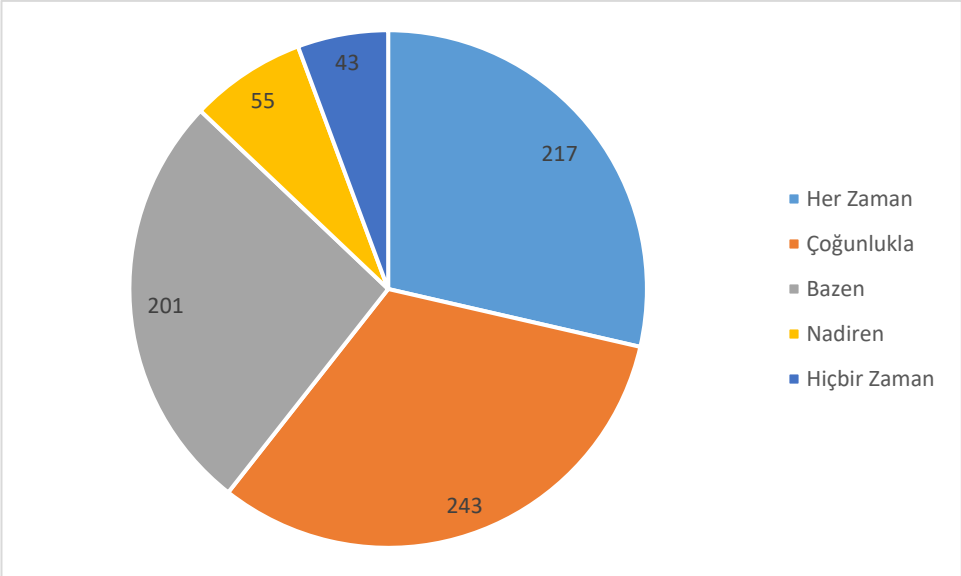
Araştırmaya katılan çocukların "İnternet kullanırken ebeveynlerimden en az biri yanımda olur." ifadesine cevap vermeleri istenmiştir. Soruya, çocukların %10.3'ü (78 kişi) her zaman cevabını, %19.5'i (148 kişi) çoğunlukla cevabını, %25.8'i (196 kişi) bazen cevabını, %28.1'i (213 kişi) nadiren cevabını ve %16.3'ü (124 kişi) hiçbir zaman cevabını vermiştir. Araştırmaya katılanların %29.8'inin (226 kişi) ebeveynlerinden en az biri çocuklarına internet kullanımlarında her zaman ve çoğunlukla eşlik etmektedir. Ancak, çocukların %44.4'ünün (337 kişi) ebeveynleri çocuklarının internet kullanımında nadiren onların yanında bulunmakta ve hiçbir zaman onlara eşlik etmemektedir.

Grafik 16: Araştırmaya Katılanların İnternet Kullanım Sürelerinin Ebeveynleri Tarafından Belirlenme Oranı



Grafik 3.16 Araştırmaya Katılanların İnternet Kullanım Sürelerinin Ebeveynleri Tarafından Belirlenme Oranı

Araştırmaya katılan çocukların "İnternet kullanım süremi annem ya da babam belirler." ifadesini değerlendirmeleri istenmiştir. Çocukların %19.5'i (148 kişi) her zaman cevabını, %20.9'u (159 kişi) çoğunlukla cevabını, %25'i (190 kişi) bazen cevabını, %15'i (114 kişi) nadiren cevabını, %19.5'i (148 kişi) hiçbir zaman cevabını vermiştir. Soruya 759 kişi yanıt verirken en fazla tercih edilen cevap ise bazendir. Çocukların %40.4'ü (307 kişi) internet kullanım sürelerinin ebeveynleri tarafından her zaman ve çoğunlukla belirlendiğini söylerken, %34.5'i (262 kişi) internet kullanım sürelerinin anne ve babaları tarafından nadiren belirlendiğini ve hiçbir zaman belirlenmediğini ifade etmektedir.



Grafik 3.17 Araştırmaya Katılanların Televizyona Karşı İnterneti Tercih Etme Oranı

Son olarak araştırmaya katılan çocukların "Televizyon yerine interneti tercih ederim." ifadesini değerlendirmeleri istenmiştir. Çocukların %28.6'sı (217 kişi) her zaman cevabını, %32'si (243 kişi) çoğunlukla cevabını, %26.5'i (201 kişi) bazen cevabını, %7.2'si (55 kişi) nadiren cevabını, %5.7'si (43 kişi) hiçbir zaman cevabını vermiştir. Soruyu 759 katılımcı yanıtlamıştır. Tablodan anlaşılacağı üzere çocukların %60.6'sı (460 kişi) televizyon yerine interneti her zaman ve çoğunlukla tercih ettiğini belirtirken, %12.9'u (98 kişi) televizyon yerine interneti nadiren tercih ettiğini ve hiçbir zaman tercih etmediğini ifade etmektedir.

3.3.4. Genel Değerlendirme

Ortaokul seviyesindeki çocuklara medya tercihlerine yönelik 18 adet soru sorulmuştur. Bu soruların 3 tanesi araştırmaya katılan çocukların demografik bilgilerine ilişkin cinsiyet, yaşadıkları şehir ve sınıf bilgisidir. Soruların 6 tanesi, çocukların geleneksel medya ile olan ilişkileri, 9 tanesi de dijital medya ile olan ilişkilerini ölçmeye yönelik olarak hazırlanmıştır. Anketi toplamda 763 çocuk

görmüştür. Bunların %45'i (342 kişi) erkek çocuğu, %55'i (418 kişi) kız çocuğudur. Katılımcılar çoğunlukla Ankara, İstanbul ve Konya'daki ortaokul öğrencilerinden seçilmiş olup Bayburt, Karabük, Adana, Kayseri ve Bursa'dan olmak üzere toplam 8 şehirden çocuk ankete dâhil olmuştur. Ayrıca araştırmaya katılan çocukların 180 tanesi 5. sınıf, 162 tanesi 6. sınıf, 210 tanesi 7. sınıf ve 211 tanesi 8. sınıf olmak üzere yaş grupları arasında dağılım dengeli bir şekilde sağlanmıştır. Bu çalışma için ortaokul düzeyindeki öğrencilerin seçiminde farklı belirleyenler vardır. İlk olarak, anket çevrim içi ortamda yapıldığı için daha küçük yaştaki çocuklara (ilkokul düzeyi) internet üzerinden erişimdeki zorluktur. İkinci olarak, daha büyük çocukların (lise düzeyi) medya kullanım alışkanlıklarının artık neredeyse yetişkinlerle aynı olması, çocuk odaklı olan bu çalışmanın doğruluk ve güvenilirliğini etkileyecektir. Son olarak, çalışma için 10-14 yaş grubu çocukların seçilmesi, kişilik, benlik, birey olma kavramlarının bu dönemde önem kazanması ve ahlaki gelişim, sosyal gelişim ve ergenlik dönemine ait belirleyici özelliklerinin de yine bu dönemde öne çıkıyor olmasıdır.

Araştırmaya katılan çocukların televizyon ve internet başında geçirdikleri süre karşılaştırmalı olarak ele alındığında, çocukların %45.8'i (349 kişi) en fazla 1-3 saat arası televizyon izlerken, onların %37.5'i (285 kişi) en fazla 1-3 saat arası internet kullanmaktadır. Çocukların büyük çoğunluğu televizyon izleme süreleri ve internet kullanma sürelerine genel olarak 1-3 saat arası cevabını vermiştir. Ancak televizyonu günde 5 saatten fazla izleyen çocukların sayısı 22 kişiyken (%2.9), interneti günde 5 saaten fazla kullanan çocukların sayısı 161'dir (%21.2.). Çocukların çoğunluğu benzer saatlerde televizyon ve internetin başında yer almalarına rağmen internette daha fazla saatler geçiren çocukların sayısı televizyondakinin neredeyse 7 katıdır. Ayrıca, çocukların %10.5'i (180 kişi) günlük hiç televizyon izlemediğini söylerken, interneti günlük hiç kullanmadığını söyleyen çocukların oranı %1.6'dır (12 kişi). Yukarıdaki tabloya bakıldığında, çocukların interneti televizyondan belirgin bir farkla daha uzun süre kullandıkları anlaşılmaktadır.

Katılımcılara geleneksel medya unsurlarından radyoyu haftalık dinleme sıklıkları ile dergiyi aylık okuma sıklıkları sorulmuştur. Çocukların %85'i (649 kişi) hiç radyo dinlemediğini belirtirken, dergi hiç okumadığını ifade eden çocukların oranı %57.1 (432 kişi) olarak tespit edilmiştir. Çocukların %3'ü (22 kişi) haftalık 1 saatten fazla radyo dinlemekte, %27.3'ü (207 kişi) aylık 1 adetten fazla dergi okumaktadır. 43 kişi ise ayda 5 adetten fazla dergi okuduğunu belirtmiştir. Cevaplara bakıldığında, radyonun ortaokul düzeyindeki çocuklar arasında tercih edilen bir kitle iletişim aracı olmadığı anlaşılmaktadır. Çocuklar arasında dergi okuma oranı az olsa da radyoyla kıyaslandığında daha fazla tercih edildiği görülmüştür. Dijital medya çağında aylık 5 adetten fazla dergi okuyan çocukların varlığı da bu tablo içerisinde sevindiricidir.

Çocuklar en fazla 1-3 saat arası televizyon izlerken, televizyonda da en fazla %46.8 (349 kişi) oranında dizi izlemektedir. Çocuklar arasında en az %0.8 oranında gündüz kuşağı programları izlenirken çizgi film ve ya çocuk programı izlenme oranı ise %21.8'dir. Çocukların televizyonda kendi yaş grupları için üretilen içeriklerden ziyade büyük oranda yetişkinler için üretilen dizi filmleri izlediği anlaşılmaktadır. %6.7 (51 kişi) oranında çocuk ise internette en fazla dizi izlerim cevabını vermiştir. Diziyi dijital platformlarda izlemeyi tercih eden çocukların oranına bakıldığında ise %8.9'u (67 kişi) her zaman cevabını verirken, çocukların %63.9'u (482 kişi) nadiren ve hiçbir zaman cevabını vermiştir. Böylelikle çocukların interneti dizi izlemek için kullanmadıkları anlaşılmaktadır. Çocuklar diziyi büyük oranda televizyondan izlemeyi tercih etmektedir.

Araştırmaya katılan çocukların %66.3'ü (500 kişi) televizyon izlerlerken ebeveynlerinden en az birinin her zaman ve çoğunlukla kendilerine eşlik ettiğini, %8'i (60 kişi) ise ebeveynlerinden en az birinin televizyon izlerken nadiren yanında olduğunu ve hiçbir zaman yanında olmadığını ifade etmiştir. Dijital medya için ebeveynlerin çocuklarına eşlik etme oranlarına baktığımız zaman, çocukların %29.8'i (226 kişi) internet kullanırken ebeveynlerinden en az birinin her zaman ve çoğunlukla kendilerinin yanında olduğunu, %44.4'ü (337 kişi) ise ebeveynlerinden en az birinin internet kullanırken nadiren yanında olduğunu ve hiçbir zaman yanında olmadığını

belirtmiştir. Tablodan anlaşılacağı üzere, çocuklar genellikle ebeveynleri ile televizyon izlerlerken interneti yalnız kullanmaktadırlar. Bunun ilk sebebi, televizyon ailenin toplanma mekânı olan salonda, akşam saatlerinde aile bireyleriyle birlikte izleniyor olmasıdır. Buna karşın internet bireysel ekranlarda (self screen) kullanılmaktadır. İkinci sebep ise, ebeveynlerin televizyona güvenmeyerek çocuğunu televizyon ile baş başa bırakmamak istemesidir. Böylelikle zararlı içeriklere karşı çocuklarını daha kolay korumayı hedeflemektedir. Ancak çocukların sınırsız içeriğin denetimsiz bir şekilde yer aldığı internet ortamında yalnız bırakılıyor olmaları, pek çok riski beraberinde getirecektir. Ebeveynlerin çocukları medyadan gelebilecek tehlikelere karşı koruyabilmeleri için hem televizyon hem de internet konusunda daha bilinçli olmaları ve çocuklarının tükettikleri içerikleri denetlemeleri gerekmektedir.

Buna ek olarak, çocukların %29.8'i (226 kişi) televizyon izleme sürelerini ebeveynlerinin her zaman ve çoğunlukla belirlediğini söylerken bu oran internet kullanımında %40.4'tür (307 kişi). Katılımcıların %47.7'si (362 kişi) anne ve babalarının nadiren televizyon izleme sürelerini belirlediğini ve hiçbir zaman belirlemediğini belirtirken, çocukların %34.5'i (262 kişi) anne ve babalarının nadiren internet kullanma sürelerini belirlediğini ve hiçbir zaman belirlemediğini ifade etmiştir. Böylelikle, çocukların çoğunlukla internet kullanım süreleri ebeveynleri tarafından belirlenirken, televizyonu daha özgür bir şekilde izlediği görülmektedir. Televizyon ve internet karşılaştırmasında sonuç olarak, çocuklar çoğunlukla anne baba yanında süreleri kısıtlanmadan televizyon izlerken, interneti yalnız bir şekilde ve süresinin ebeveyn tarafından belirlendiği bir düzen içerisinde kullanmaktadır.

Araştırmaya katılan çocukların %82.4'ü (627 kişi) internete her zaman ve çoğunlukla kolayca erişim sağladığını belirtirken, aynı soruya çocukların %4.9'u (37 kişi) nadiren ya da hiçbir zaman cevabını vermiştir. Böylelikle çocukların büyük çoğunluğunun internet erişiminde bir engel olmadığı görülmüştür. İnternete kolayca erişen çocuklar, internette en fazla ne yaparsın sorusuna, %45.2 oranında araştırma yapmak/ders çalışmak cevabını vermiştir. Bu cevabın en fazla veriliyor olması içerisinde bulunduğumuz Kovid-19 sürecindeki tedbirler kapsamında çocukların okul

ortamını eve taşımasının etkisinin olması muhtemeldir. Çocuklar internette en az yaptıklarına ise çizgi film/çocuk programı izlemek cevabını vermişlerdir.

Ortaokul dönemindeki çocuklar sosyal medyada sırasıyla Instagram, YouTube, Tiktok, Facebook ve Twitter hesaplarında aktif olarak yer almaktadır. Ayrıca, çocuklar sosyal medyada en fazla ne yaparsınız sorusuna, %69.7 (487 kişi) oranında video izlerim cevabını vermiştir. Böylelikle araştırmaya katılan çocukların, Instagram, YouTube ve Tiktok gibi video içeren sosyal medya uygulamalarında ve video paylaşım platformlarında en fazla kısa videolar izledikleri anlaşılmaktadır.

Son olarak çocuklara, televizyonu mu interneti mi tercih ettikleri sorulmuştur. Katılımcıların %60.6'sı (460 kişi) her zaman ve çoğunlukla interneti televizyona tercih ettiğini söylerken, %12.9'u (89 kişi) nadiren interneti televizyona tercih ettiğini ve hiçbir zaman interneti televizyona tercih etmediğini ifade etmiştir. Tablodan anlaşılacağı üzere, çocuklar internette daha fazla vakit geçirmek istemekte ve yukarıdaki verilerden de anlaşılacağı üzere reel olarak da daha fazla vakit geçirmektedir. İnterneti genelde araştırma yapmak ve ders çalışmak için kullanırken, sosyal medya hesaplarını da kısa videolar izlemek için kullanmaktadır.

Bu bağlamda, ortaokul seviyesindeki çocuklara ulaşmak için eğitimciler, sivil toplum kuruluşları ve ilgili kurum ve kuruluşlar sosyal medya hesapları üzerinden kısa videolar hazırlayarak ya da çocukların televizyonda en fazla izledikleri tür olan dizilerin içerisine çeşitli mesajlarını yerleştirerek ulaşabilirler. Böylelikle medyanın gücünü kullanarak, çocukları olumlu yönde etkileyebilir, olumlu mesajlarını iletebilirler.

SONUÇ

Tarih boyunca her medeniyet çocuğa farklı anlamlar yükleyerek çocuk ve çocukluğun tanımını bu anlamsal sınırlar içerisinde yapmıştır. Çocuk ve çocukluk tanımlamaları aynı zamanda çocuğun toplumsal konumunu belirlemiştir. Çocuk ve çocukluğun tanımına ilişkin yaklaşımlar ve çalışmalar, dünyada nispeten yeni olmakla birlikte ülkemizde de belki son on yılda ivme kazanarak farklı disiplinden akademisyenlerin ilgi odağı olmuştur. Çocukluğa dair bugüne kadar yapılan çalışmalar temel alındığında her disiplinin çocuğu kendi argümanlarına göre tanımladığı görülmüştür. Böylelikle çocuğa biyolojik, ideolojik, hukuksal veya ekonomik olmak üzere birçok farklı bakış açısının mevcut olduğu anlaşılmaktadır.

Çocuk tarihsel süreç içerisinde önce ayrı bir kategori olarak tanımlanmazken zamanla modern anlamdakini hâlini alarak ailelerin hayatlarının merkezinde konumlanmıştır. Çocukluğun ortaya çıkışına kadar olan dönemde çocuk ayrı bir kategori olarak değerlendirilmemiş bebeklikten direk yetişkinliğe geçirilmiştir. Çocuklar yetişkinler gibi giyinmiş, yetişkinlerle aynı masada sohbet ederek içki içebilmiş, kumar gibi yetişkinlere yönelik oyunları oynayabilmişlerdir. Bir suç işlediklerinde yetişkinlerle aynı muamelelere maruz kalmışlardır. Ayrıca yetişkinlik ile çocukluk arasındaki sırlar henüz oluşmadığı için, çocukluğun olmadığı dönemde bir çocuk herhangi bir yetişkinin bildiği her bilgiye sahip olmuştur. Yetişkinlerin dünyasında yaşanılan bir değişim sonucu çocukluk önemli bir eşikte geçmiştir. Bu değişim matbaa ile birlikte oluşmuş yetişkinler kendilerine okur-yazarlığa dayalı yeni bir yetişkinlik tanımı yapmışlardır. Bu tanımın dışarısında kalan çocuklar ise kendilerine yeni bir dünya arayışına çıkarak çocukluk dünyasının altına sığınmışlardır. Böylelikle terbiye edilmesi gereken bireyler olarak görülen çocuklar matbaa ile beraber eğitilmesi gereken bireyler olarak tanımlanmışlardır. Çocuklara özgü kitapların üretilmesi, çocukların yaşıtlarıyla birlikte okullara gitmesi ve çocuk üzerine çalışmaların başlamasıyla yetişkinlik ile çocukluk arasındaki sınır çizilmiş, sırlar korumaya alınmıştır. Böylelikle yetişkinliğin tanımı aslında çocukluğun tanımını da beraberinde getirmiştir.

Televizyonun icadı ile gelen yeni iletişim çağı çocuk ve yetişkin arasındaki sınırları muğlaklaştırarak sırları ortadan kaldırmıştır. Televizyonun yaş ayrımı yapmadan herkese aynı şekilde hitap etmesi bilgi hiyerarşisinin çökmesine sebep olmuştur. Çocuklar artık bilgiyi yetişkinlerden değil medyadan almaktadır. Bu da yetişkinliğin otoritesini yıkmaktadır. Tarihsel süreç içerisinde çocukluk dünyasının korunaklı sınırları içerisinde olan çocuk medyayla birlikte yetişkinlerin dünyasına girerek çocukluğun doğasındaki masumiyetini kaybetmiştir. Çocuklar yetişkinler gibi giyinip, yetişkinler gibi konuşmaya başlamış yetişkinler ile aynı içeriklere maruz kalmışlardır. Böylelikle çocuğu yeniden tanımlamak zorunlu hâle gelmiştir.

Çocukluğun olmadığı dönemden, sosyal, kültürel ve ekonomik olarak çocuğa özgü politikaların üretilip çocuğu bir birey olarak ele alan yeni bir döneme geçilmesi çocukluğun keşif mi edildiği yoksa icat mı edildiği sorusunu akıllara getirmektedir. Bu noktada, çocukluk biyolojik olarak keşfedilse de toplumsal olarak icat edilmiştir. Çünkü tarihsel süreç içerisinde, çocuğun parlamasını, çocukluğun yok oluşu izlemektedir. İcat edilen şey yok olmaktadır. Keşfedilen çocuk cismen aramızda bulunsa da icat edilen çocuk geçmişte kalmış yerine medya ile şekillenen bambaşka bir çocuk gelmiştir. Böylelikle çocuk ve çocukluğun tanımı dinamik bir yapı olarak sürekli değişmekte ve dönüşmektedir.

1960'lı yılların başından itibaren çocuğun görsel medyayla tanışmasıyla medyaya maruz kalan çocuk üzerinden bilimsel ve akademik çalışmalar yapılarak medyanın etki seviyesi ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmalar, medyanın çocuklar üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilerini göstermiştir. Medyada kendilerine uygun içeriği izleyen çocukların olumlu sosyal davranış kalıpları sergilediği, okula hazırlık becerilerinin ve temel konu bilgilerinin arttığı yaratıcılıklarının ve hayal güçlerinin geliştiği tespit edilmiştir. Bunlara ek olarak, bazı televizyon programlarının çocukta istenen sosyal davranışı geliştirme, paylaşma, yardımlaşma duygusunu aşılama, zihinsel gelişim sürecini hızlandırma, erken, etkin ve çabuk öğrenmeyi

geliştirme, bilinmeyen dünyaları keşfettirme, başka insanlarla duygudaşlık kurabilme, dil gelişimini hızlandırma gibi çocuğun birey olarak gelişimine katkıları da yine çeşitli araştırmalar sonucunda tespit edilmiştir. Ayrıca, fiziksel, ekonomik ve sosyal açıdan dezavantajlı çocuklar yine medya sayesinde fırsat eşitliği kazanabilmektedir. Ancak, kendilerine uygun olmayan içeriğe ve medya tüketiminde süre aşımına maruz kalan çocuklarda pek çok olumsuz etki gözlemlenmiştir. Yapılan araştırmalar, medyanın çocukların sosyal ve akademik başarılarını kötüleştirdiği ve aynı zamanda şiddet davranışı sergileme, basmakalıp imajlarla olumsuz rol modeller edinme, ayrımcı bir dünya görüşünün oluşmasına sebep olma gibi pek çok olumsuz etkiyi de beraberinde getirdiğini göstermiştir. Dahası, yetişkinlere ait içeklere maruz kalan çocuklarda cinsel yaşamlarında istenmeyen değişiklikler gözlemlenmiştir. Ayrıca, uzun süre medya mecralarında vakit geçiren çocuklarda fiziksel ve psikolojik pek çok sorun ortaya çıkmaktadır. Obezite, bel, boyun, sırt ağrıları, görme bozuklukları fiziksel olarak olumsuz etkilere örnek teşkil ederken, medyanın sunduğu dünyanın çocuklar tarafından sorgulanmadan kabul edilmesi çocuklarda yoksunluk, özgüvensizlik ve yetersizlik gibi hislerin oluşmasına sebep olmaktadır. Aynı zamanda medyanın güzellik kabullerine uymayan çocuklarda anoreksiya, estetik ameliyatları gibi fiziksel dönüşümler yaşanırken dolayısıyla bunun getirdiği psikolojik bunalımlar da görülebilmektedir.

Tüm bu olumsuz etkilerin neredeyse hepsinin engellenebilir olduğunu açıktır. Çocuklar kendi yaşlarına uygun içerikleri, uygun sürelerde tükettikleri takdirde, medya onların gelişimlerine zarardan çok fayda sağlayacaktır. Çocuğun gelişim dönemlerine uygun içerik seçilmesi çocuğun korunması ve sağlıklı olarak yetişmesindeki önemli tedbirlerdendir. Bu noktada denetimin de temel meselelerden olduğunu söylemek mümkündür. Ebeveynler, çocuklarını medya kullanımları esnasında denetlerler ve zararlı içeriklere müdahale ederlerse çocukları medyadan gelebilecek olumsuzluklara karşı büyük oranda koruyacaklardır. Aynı şekilde denetleyici ve düzenleyici bir kurum olan RTÜK, denetim politikasında çocukların korunmasını merkeze almakta ve denetimleri ve düzenlemelerini bu doğrultuda sürdürmektedir. Çocukların korunmasında çözüm medyayı yasaklamak değil, çocukları medyadan gelebilecek olumsuz etkilere karşı koruyucu pozisyonda olmaktır.

Bu da ancak ebeveyn ve öğretmenlerin yönlendirmesi ve devletin denetimi ile mümkün olacaktır. Ayrıca, çocukların sanal dünyada kendilerini savunmasız bırakan iletilerin ve o dünyanın bir kurgu olduğunu bilmesi gerekmektedir. Böylelikle çocuklar hem medyanın zararlı etkilerinden korunmuş hem de medyanın sunduğu olanaklardan faydalanmış olacaklardır.

Geleneksel medya ve dijital medya zamanın ruhuna uygun olarak çocuklara farklı şekilde seslenmekte ve böylelikle çocuğu farklı biçimlerde dönüştürmektedir. Geleneksel medyada tek yönlü bir iletişim vardır ve geleneksel medya araçları ürettikleri ideolojileri, geleneksel medya aracılığıyla "pasif alıcı" olan izleyiciye göndermektedir. Geleneksel medyada içerik üreticileri özeldir; herkes geleneksel medya içeriği üretememekte, üretilen içeriği ancak tüketebilmektedir. Böylelikle, geleneksel medya, pasif alıcının sesi olarak da kendisini var etmektedir. Geleneksel medyanın hedef kitlesi içerisinde hiç kuşkusuz çocuklar da vardır. Çocuklar geleneksel medyanın kendileri için ürettikleri içerikleri tüketerek esasında sosyal olarak da bir dönüşüm içerisine girmektedir çünkü mesajlar açıktır. Hâkim söylem medyayı kullanarak geleceğin ideal vatandaşı olan çocuklara temas etmekte ideolojik olarak iletilerini ulaştırmaktadır.

Türkiye'deki televizyon yayıncılığının 31 Ocak 1968 tarihinde başlamasıyla Ankara Televizyonu'nun günlük ortalama üç saatlik yayın akışı içerisindeki programlardan birisi de çocuklara yönelik "Kötü Adam ve İnatçı Çiçek" isimli bir çizgi filmdir. 1969 yılına gelindiğinde ise 530 saat 26 dakika yayın yapan Ankara Televizyonu, toplam yayın akışı içerisinde çocuk programlarına ayırdığı süre 67 saat 31 dakika ile yüzde 14.7'yi oluşturmaktadır. Yani Türkiye'de çocuk yayınları, yetişkin yayınlarıyla hemen hemen benzer zamanlarda ortaya çıkmış ve izleyicisiyle buluşmuştur. 60'ların sonlarındaki ve 70'lerdeki çocuk içerikleri incelendiğinde öncelikli vurgunun bilgiye olduğu dikkat çekmektedir. Neredeyse izlenilen her programda yoğun akademik bilgilere yer verilmekte, çocuğun da bu bilgilere vâkıf olması istenmektedir. Ayrıca, çocuklarda olması istenen erdemler ve davranış kalıpları, çocuklara yönelik üretilen içeriklerde sık sık tekrar edilmekte, bu doğrultuda

davranan çocuklar takdir edilirken, kurallara uymayan çocuklar yerilmektedir. Doğru ve yanlış, anne-baba, öğretmen, devlet gibi otoriteler tarafından belirlenerek bu programlar tarafından çocuklara iletilmektedir. Medyada çocuk temsili aynı zamanda dönemin ideal çocuğunu da göstermektedir; 70'lerin ideal çocuğu otoriteye saygılı, sorumluluk sahibi bilge çocuk olarak medya yoluyla çocuk izleyiciye aktarılmaktadır. 80'lere gelindiğinde ise televizyondaki çocuk içeriklerinin başlarda 70'lerdeki anlayışla aynı olduğu görülmektedir. Bilgi hâlâ kutsal kabul edilmekte, çocukların en büyük sorumlulukları da bilgiye ulaşmak olarak görülmektedir. Bilgili ve çalışkan çocuk, toplumsal otoritelerin beklediği çocukluk tasavvurunun en temel unsurudur. Ancak 80'lerin ortalarına gelince akademik bilginin önemine vurgu nispeten azalmış günlük hayatta çocuklara lazım olabilecek bilgiler de programlarda yer almaktadır. 80'lerin sonunda çalışkan ve bilgili çocuk tipinin hâlâ altı çizilse de çocuğun başarısı yalnızca akademik olarak ölçülmemekte, onların karakterine ve gündelik hayattaki olumlu davranışları da başarı olarak sayılmaktadır. Ayrıca yine bu dönemde eğlence, eğitimin önüne geçmeye başlamıştır. 90'larda özel televizyonların kurulmasıyla çocuk içeriklerinde önemli bir kırılma yaşanmıştır. Artık özel kanallardaki yabancı yapım çizgi film ağırlıklı çocuk içerikleri sosyal mesaj, eğitim ya da ideolojiyi iletme kaygısı taşımamakta, bu türden içeriklerin tek işlevi eğlence olarak görülmektedir. 2000'ler ise diğer bir kırılmanın yaşandığı dönemdir. Televizyonda dijital teknolojinin kullanılmaya başlamasıyla bir tema üzerine yayın yapan kanallar hızla artmıştır. Bu furya içerisine çocuklara yönelik yayın yapan tematik kanallar da eklenmiştir. Hatta çocukların yaş ve gelişim dönemlerine göre özelleşmiş kanallar da açılmıştır. Çocuk kanallarındaki bu içerikler günün her saatinde kesintisiz bir şekilde çocuklara ulaşmaktadır. Bu kesintisizlik çocuklar için ekran önünde çok fazla zaman geçirme anlamına gelebildiği gibi, yetişkin içeriklerine maruz kalmama anlamına da gelmektedir.

Radyodaki çocuk içeriklerine baktığımız zaman, Ankara Radyosu'nun kurulmasıyla radyoda daha düzenli ve sistemli bir yayın anlayışı sergilemiş bu kapsamda nadir de olsa çocuklara yönelik özel programlar düzenlemiştir. Başlangıçta sistemli olmayan çocuk programları, 1941 yılında Radyo Çocuk Kulübü'nün kurulmasıyla farklı bir kimlik kazanmıştır. Radyo Çocuk Kulübü, dönemin siyasi

anlayışıyla paralel olarak temelde, Cumhuriyet ilke ve devrimlerinin radyo vasıtası ile aktarılmasını amaçlayan bir program formatı olmuştur. Bu format kapsamında yürütülen her faaliyet, sadece bir eğlence aracı değil, aynı zamanda çocukların eğitilmesi amacıyla hazırlanmıştır. Radyodaki çocuk yayınlarındaki içeriklerin, televizyondaki çocuk içerikleri gibi temel amacı çocukları eğitmektir. Eğlence unsurunu da içerisinde barındıran radyo yayınlarında, bu unsurlar daha çok sanatsal kaygılar da gözetilerek müzik ve drama üzerinden ilerlemiştir. Bu eğitici içeriklerin amacı iyi yurttaşlar yetiştirmektir. Dönemin iyi yurttaşının özelliklerine uygun şekilde hazırlanan format ve seçilen şarkılar, gerek kulüpteki çocuklar için gerekse dinleyici çocuklar için yönlendirici etkiye sahip olmuştur.

Dergiler ise her dönem çocuklar tarafından tercih edilen medya mecralarından biridir. Ülkemizde ilk çocuk dergileri Tanzimat döneminde günlük gazete ekleri olarak neşredilmiştir. Dönemin çocuk dergilerinin künyelerinde belirtildiği gibi, dergiler "iyi ahlaklı, doğru yolda ve bilgili çocuklar" yetiştirme amacıyla basılmıştır. Dönemin siyasi ve sosyal şartlarına göre hareket eden çocuk dergileri, çocuğun toplumsallaştırılması ve siyasal bağlılık yaratılması yönünde işlev görmüşlerdir. 18. yüzyılda Cumhuriyet öncesi Türk dergileri, örf ve adetleri koruma, faziletli, iyi ahlaklı vatandaşlar yetiştirmeyi amaçlamıştır. 19. yüzyıldan başlayarak Cumhuriyet'in kuruluşuna kadarki süreçte çocuk dergileri, çocuklara ahlaklı, çalışkan, dürüst, cesur, iyi kalpli ve saygılı olmayı öğütlemiştir. Çocukların otoriteye itaatlerini sağlamakta dergiler de aracı olarak kullanılmıştır. Cumhuriyet'in ilanından sonra yeni bir toplum inşasının hedeflenmesiyle, çocuklar da bu toplumun gelecekteki yurttaşları ve eğitilmeleri en kolay grup olduğu için çocuk dergileri bu dönemde yeni bir yüzle okur karşısına geçmiştir. Artık amaç ahlaklı, duyarlı, erdemli, iyi kalpli çocuk yetiştirmekten ziyade, vatan sevgisiyle ve milli inançla dolu Türk çocuğu yetiştirmek olmuştur. Dergilerin içerikleri de bu yönde değişmiştir. Ancak 50'lerde yaşanan kırılmayla, artık dergilerin "ideal çocuk" yaratma işlevinin önüne eğlence odaklı içerikler geçmiştir. Görsellerin daha fazla yer aldığı, çocukların sayfalarda daha kaliteli basımlarla ve daha eğlenceli içeriklerle karşılaştığı dergiler ortaya çıkmıştır. Ekonomi ve serbest piyasanın da etkisiyle çocuk dergileri de geleneksel medya

içerisinde bir tüketim nesnesine dönüşerek popüler kültürün satıcısı konumuna gelmiştir.

Geleneksel medya mecralarındaki çocuk içerikleri hâkim güç tarafından belirli amaçlar doğrultusunda yönlendirilmektedir. Böylelikle, siyasi ideolojilerin geliştirdiği ve ürettiği geleceğin vatandaşı olacak ideal çocuk tipleri medya aracılığıyla çocuklara ulaştırılmaktadır. Siyasi otoriteler ideal çocuğu yetiştirmek için her zaman medyadan destek alarak, bu doğrultuda medyanın tüm yazılı, işitsel ve görsel araçlarını kullanmışlardır. İlk etapta yazılı medyanın yardımıyla "kutsal çocuk" tipi oluşturulmuş, ikinci olarak görsel ve işitsel medyanın desteğiyle "bilge Türk çocuğu" tipi geliştirilmiştir. Son olarak, özel televizyon kanallarının açılması ve diğer medya mecralarındaki çeşitliliğin artmasıyla rekabet ortamı oluşmuş ve oluşan bu yeni ortam "hazcı çocuk"u ortaya çıkarmıştır. Aslında, dönemsel olarak ideal çocuk tipinin değişmesi, çocuk tanımının değişmesiyle de ilişkilidir.

Dijital medyaya geçiş, medya içeriklerinde devlet ideolojisini egemen söylem olmaktan çıkarmıştır. Dijital medya olarak kavramsallaştırdığımız ve içine her türlü internet tabanlı iletişim teknolojisini koyabildiğimiz bu yeni teknoloji, medya alanında olduğu gibi, birçok alana da yeni bir dünya düzeni getirmiştir. Bu dünyanın içerisinde elbette ki en savunmasız kitle çocuklardır. Çocuklar, dijital dünyanın içerisine doğmuşlardır ve yetişkinlerin içeri girmek için kapıları zorladığı alemin zaten doğuştan birer üyesidirler. Dijital medya çocukların da üretime dâhil olduğu devasa içeriğe sahiptir. Bu kontrolsüz ve denetlenmesi çok da mümkün olmayan içeriklere çocuklar geleneksel medya mecralarının aksine bireysel ekranlardan maruz kalmaktadır. Böylelikle ebeveyn denetlemesi de zorlaşmakta çocuklar sonsuz içerikle baş başa kalmaktadır.

Geleneksel medyanın tek taraflı yayınlarına karşı dijital medyanın en büyük devrimi karşılıklı iletişime olanak sağlamasıdır. Geleneksel medyadaki kanal sahipliği, dijital medyada bireysel sahiplik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kanallarda

insanlar istedikleri içerikleri özgürce dünyayla paylaşma olanağına da sahip olmuşlardır. Böylelikle medya patronluğu, herkesin evinde bilgisayarının hatta telefonunun başında elde edebileceği bir sıfata da dönüşmüştür. Ancak dijital yerli olan çocukların bu sektörün dışında kalması elbette mümkün değildir. Dijital medyanın sunduğu pek çok olanaktan faydalanan çocuklar, bebeklik dönemlerinde dahi dijital medya üzerinden para kazanmaya, şöhreti yakalamaya ve kitleleri etkilemeye başlamışlardır. Çocukların dijital medya üzerinden farklı yollarla para kazanmaktadır. İlk olarak ebeveynler sosyal medya hesapları ve sosyal platformlardaki kanallar üzerinden küçük çocuklarının ve hatta bebeklerinin özne olduğu içerikler üreterek tıklanma sayıları, reklam gelirleri gibi pek çok farklı kanaldan kazanç elde etmektedir. İkinci olarak, çocuklar kendileri hesap ve kanallar açarak bu platformlar üzerinden kendi ürettikleri özgün ya da trend içerikleri paylaşmaktadır. Üçüncü olarak, çocuğun özne olmadığı ancak çocuklar için içerik üreten sosyal medya kanalları, dünyada olduğu gibi Türkiye'de de hem ebeveynler hem de çocukların kendileri tarafından yoğun bir şekilde izlenmektedir.

Günümüzde dünyanın en değerli ilk 10 şirketin 7'sini oluşturan piyasanın en büyük pazarına sahip dijital medya sektörü, en az yetişkinler kadar çocukları da iletişimin bir parçası hâline getirmiştir. Bu yeni medyanın ideal çocuğu ise hem içerik üretimine dahil olan hem de üretilen içeriği ve reklamlarla sunulan ürünleri tüketmektedir. Bu yeni çocuk tipi üre-tüketici olarak tanımlanmaktadır. Çocuklar bağlamında dijital medyada üretim ve tüketim ele alındığında, üreticilerin de tüketicilerin de aynı kişi olduğu bilinmektedir. Üre-tüketici çocuk bir taraftan üretime bir taraftan da tüketim kültürüne dahil olmakta, içerisinde bulunduğu sektörü beslemektedir. Ancak çocuğun içerisinde bulunduğu bu sektör, geleneksel medyanın sınırlılıklarından uzak, kolay, özgür ve yenilikçi aynı zamanda şiddete ve küfre açık bir ortam olmaktadır. Bu ortamlarda herkesin bilhassa savunmasız çocukların linç kültürü ile karşı karşıya kalması mümkündür. Tüm bunlar, bu gösteri biçiminin kaçınılmaz sonuçları olmaktadır.

Geleneksel medyada çocuk iyi örnekler üzerinden temsil edilirken dijital medya çocuğun her hâlini, hatta toplumda temsil gücü olmayan çocuk tiplerini bile belli ideolojilere dayanarak ekrana getirmekten kaçınmamaktadır. Sorumlu yayıncılık anlayışının dışına çıkarak ekran karşısındaki çocukların psikolojik ve ahlaki gelişimlerini düşünmeden içeriklerini üretmeye devam etmektedir. Bu noktada çocukların korunmasına yönelik haklar ve hakların getirdiği kısıtlamaların devreye girmesi gerekmektedir. Aksi taktirde çocuklar devasa dijital medya girdabının içerisine çekilme riski ile karşı karşıya kalmaktadır. Yetişkinlerin dünyasına ait kavramları çocuğun dünyasına zorla sokan dijital medya, çocuğun masumiyetini elinden alarak temsilleri üzerinden var edilmek istenen yapıda yeni bir çocukluk modeli inşa etmeye çalışmaktadır.

Bu yeni çocuk hız ve haz odaklı yaşamıyla geleneksel medyanın inşa ettiği ideal çocuktan ayrılır. Geleneksel çocuk tanımından uzaklaşan bu yeni çocuk, yetişkinlerin dünyasının kapısını aralamakla kalmamış o dünyanın çoktan bir parçası olmuştur. Yetişkin içeriği tüketen, reklamların hedef kitlesi içerisinde bulunan, kendi medyasının patronluğunu yapan, dünya ekonomisinde bir pay sahibi olan ve dünyanın neresinde olduğu fark etmeksizin kitleleri etkileyen bu yeni çocuk içerisinde bulunduğumuz dönemin çocuk tanımı içerisine girmektedir.

Bu tez çalışmasında z kuşağı olarak da adlandırabileceğimiz bu yeni medyanın çocuklarıyla bir saha araştırması yapılmıştır. Anket çalışmasında ortaokul düzeyindeki çocuklara geleneksel medya ve dijital medya ile alakalı sorular sorularak çocukların medya tercihleri ve çocukların bu tercihlerine ebeveynlerinin yaklaşımları değerlendirilmiştir. Çalışmanın sonucuna göre çocukların dijital medyaya, geleneksel medyadan daha fazla vakit ayırdığı tespit edilmektedir. Çocukların büyük çoğunluğunun en fazla dizi izlediği tespit edilirken dizileri de televizyondan izlemeyi tercih ettikleri anlaşılmıştır. Televizyon izlerken de çocuklar genellikle ebeveynleri ile beraber olduklarını ancak interneti yalnız kullandıklarını ifade etmişlerdir. Ayrıca, çocukların çoğunlukla internet kullanım süreleri ebeveynleri tarafından belirlenirken, televizyonu daha özgür bir şekilde izledikleri görülmektedir. Çocukların interneti en

fazla ders çalışmak / araştırma yapma için kullandıkları anlaşılırken sosyal medyada da en fazla video izledikleri tespit edilmiştir. Ortaokul dönemindeki çocukların sosyal medyada sırasıyla Instagram, YouTube, Tiktok, Facebook ve Twitter hesaplarında aktif olarak yer aldıkları da yine araştırmadan anlaşılmaktadır. Çocuklara geleneksel medya ve dijital medya arasında seçim yapmaları istenirken çocukların büyük çoğunluğunun dijital medyayı tercih ettikleri görülmüştür.

Amerika Birleşik Devletleri'nde Michigan Üniversitesi Kovid-19 karantinasında çocuklar üzerine bir araştırma yapmıştır. Araştırmada pandemi sürecinde ebeveynlerin çocuklarının sağlığı için en fazla endişelendikleri 10 meselenin ne olduğu sorulmuştur. Araştırmanın sonucuna göre 10. sırada %48 ile Kovid-19 virüsü yer almaktadır. Aileler çocuklarının sağlığı ile ilgili en az virüs konusunda kaygılanmışlardır. 9. sırada %50 oranında alkol ve uyuşturucu bağımlılığı gelirken 8. sırada %52 oranında sigara ve elektronik sigara kullanımı yer almaktadır. %54 oranında 7. sırada stres ve anksiyete vardır. 6. sırada ise %54 oranında fiziksel aktivite yetersizliği yer almaktadır. 5. sırada da %54 oranında depresyon gelirken sağlıksız beslenme %59 ile 4. sırada yer almaktadır. İlk 3 sırada yer alan cevaplar ise oldukça şaşırtıcıdır. Pandemi döneminde ebeveynler çocuklarının sağlığı ile ilgili en fazla endişelendikleri 3. meselenin %62 ile internet güvenliği olduğunu söylemişlerdir. 2. sırada ise %62 ile siber zorbalık bulunmaktadır. Ebeveynlerin en fazla kaygı duydukları mesele ise %72 oranında sosyal medya kullanımı olmuştur.[208] Tüm dünyayı etkisi altına alan binlerce kişinin ölmesine ve milyonlarca kişinin hastalanmasına sebep olan pandemi döneminde ebeveynler çocuklarının sağlıkları ile ilgili en fazla endişe duydukları meselenin dijital medya kullanımı olduğunu dile getirmişlerdir.

Ölümcül bir virüsten bile daha fazla aileleri endişelendiren dijital medyada çocukların varlığı tedbirleri ve denetimleri gerekli kılmaktadır. Gerek geleneksel

[208] https://mottpoll.org/reports/top-health-concerns-kids-2020-during-pandemic#:~:text=Mott%20Children's%20Hospital%20National%20Poll,Bullying%2Fcyberbullying%20(62%25) (30.03.2021)

medyanın gerek dijital medyanın denetlenmesi ve düzenlenmesindeki temel amaç çocukların korunmasıdır. İçerik üretici mekanizmalar da bu kıstası esas alarak içeriklerinde çocuğun yararını gözettikleri takdirde çocuklar medyadan gelebilecek olumsuz etkilere karşı korunabilecek ebeveynlerin endişeleri bertaraf edilecektir.

Bu bağlamda, RTÜK'ün medya okuryazarlığı girişimi oldukça anlamlı bulunmaktadır. Gerek çocukların erken yaşlarda medya ile tanıştıklarında hazır olmaları için gerekse ailelerin çocuklarını medyadan gelebilecek olumsuzluklara karşı koruyabilmeleri için medya okuryazarlığının yaygınlaştırılması oldukça önemlidir. Tez araştırması için yapılan anket çalışmasında çocukların dijital medya mecralarında en fazla kısa videolar izledikleri tespit edilmiştir. Bu doğrultuda RTÜK, kısa videolarla dijital medya mecralarını kullanarak medyanın doğru kullanımı noktasında çocuklara ulaşabilir ve onları yönlendirebilir.

Bununla beraber, mezkûr anket çalışmasında çocukların en fazla tercih ettikleri yayın türünün diziler olduğu anlaşılmaktadır. RTÜK, yayıncılarla iş birliği içerisinde dizilerde, çocuklara geleneksel ve dijital medyanın doğru kullanımı ile ilgili mesajlar iletebilir. Rol model aldıkları kurgu karakterlerden medyanın doğru kullanımına yönelik mesaj alan çocuklar, medyayı daha bilinçli kullanma noktasında gönüllü olacaklardır.

Geleneksel medyanın çocuklar için oluşturduğu ve oluşturabileceği sorunlar devam ederken bir taraftan da dijital medyanın getirdiği yeni problemler ortaya çıkmaktadır. Çocukların medya konusunda kafa karışıklığını gidermek ve onları medyadan gelebilecek tehlikelere karşı korumak için mevcut problem çok paydaşlı bir yapıyla çözülmesi gerekmektedir. Sorunların tespiti ve çözümünden evvel medyanın inşa ettiği çocuğun doğru bir şeklide tanımlanması ve anlaşılması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

Kitaplar:

Ahmet Mithat Efendi (2020), *Felatun Bey ile Rakım Efendi*, Dergah Yayınları, İstanbul.

Althusser, Louis (2017), *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*, (Çev. Alp Tümertekin), İthaki Yayınları, İstanbul.

Arcan, Hediye Esra (2010), *Genel Haklar ve Medya*, İstanbul Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Aydogmuş Ördem, Özlem (2020), *Çocukluk Sosyolojisi*, Çizgi Kitabevi Yayınları, İstanbul.

Büyüköztürk, Şener, Kılıç Çakmak, Ebru, Özcan, Erkan Akgün, Karadeniz, Şirin ve Demirel, Funda (2012), *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Pegem Akademi, Ankara.

Ergin, Muharrem (1989), *Dede Korkut Kitabı*, TDK Yayınları, Ankara.

Foucault, Michel (2001), *Power (The Essential Works of Foucault, 1954-1984)*, New Press, New York.

Güven, Selahattin (2015), *Medyada Çocuk ve Toplumsal Dönüşüm*, Orient Yayınları, Ankara.

İnalcık, Halil (2014), *Türklük, Müslümanlık ve Osmanlı Mirası*, Kırmızı Yayınları, İstanbul.

Karasar, Niyazi (2012), *Bilimsel Araştırma Yöntemi*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Karpat, Kemal (2014), *Türk Siyasi Tarihi*, Timaş Yayınları, İstanbul.

Newman, Isadore ve Benz, Carolyn (1998), *Qualitative - Quantitative Research Methodology*, Southern Illinois University, Illinois.

Neydim, Necdet (2019), *Çocuk Edebiyatı*, İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi, İstanbul.

Özdenak Kandemir, Cansu (2019), *Televizyon ve Çocuk İzleyici,* Der Yayınları, İstanbul.

Özutku, Fatih (2014), *Sosyal Medyanın ABC'si*, Alfa Basım, İstanbul.

Parla, Jale (2018*), Babalar ve Oğullar*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Pembecioğlu, Nilüfer (2006), *İletişim ve Çocuk*, Ebabil yayınları, Ankara.

Postman, Neil (1994), *Televizyon: Öldüren Eğlence*, Ayrıntı Yayınları, İstanbul.

Postman, Neil (1995), *Çocukluğun Yokoluşu*, İmge Kitabevi Yayınları, Ankara.

Recaizade Mahmut Ekrem (2014), *Araba Sevdası*, İletişim Yayınları, İstanbul.

Terkan, Nurullah (2011), *Çocuk ve Medya: Popüler Çocuk Dergilerinde Egemen Söylemlerin Kuruluşu, Savaş Yayınevi*, Ankara.

Timisi, Nilüfer (2003), *Yeni İletişim Teknolojileri ve Demokrasi*. Dost Kitabevi, Ankara.

Timisi, Nilüfer (2011), *Elektronik Bakıcı: Televizyon Çocuk İlişkisine Genel Bir Bakış*, Derin Yayınları, İstanbul.

Yavuzer, Haluk (2003), *Çocuk Psikolojisi*, Remzi Kitabevi, İstanbul.

Yaylagül, Levent (2012), *Kitle İletişim Kuramları*, Dipnot Yayınları, Ankara.

Makaleler:

Agarwal, Vivek ve Dhanasekaran, Saranya (2012), "Harmful Effects of Media on Children and Adolescents", *Journal of Indian Association for Child Adolescent Mental Health*, 8(2), s. 38-45.

Akbaş, Emrah ve Atasü Topçuoğlu, Rayhan (2009), "Modern Çocukluk Paradigmasının Oluşumu- Eleştirel Bir Değerlendirme", *Toplum ve Sosyal Hizmet*, Cilt 20, Sayı:1, s. 95-103.

Akkuş, Sevilay Yılmazer, Y. Yasemin Şahinöz, Alev ve Sucaklı, İclal A. (2015), "3-60 Ay Arası Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıklarının İncelenmesi", *Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi,* Cilt 1, Sayı:2, s. 351-360.

Aksoy, İlhan (2011), "Türklerde Aile ve Çocuk Eğitimi", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi,* Cilt 4, Sayı: 16, s. 11-19.

Altınkılıç, Zühal ve Özkan, Hava (2014), "Televizyon İzlemenin 1-6 Yaş Çocuk Sağlığı Üzerindeki Etkilerine Yönelik Annelerin Tutum ve Davranışlarının Belirlenmesi", *İzmir Dr. Behçet Uz Çocuk Hastalıkları Dergisi*, Cilt 4, Sayı:3, s. 186-194.

Atalay, Gül Esra (2019), "New Age Child Labor in Turkey: Child Influencers on YouTube", *Critical Global Semiotics: Understanding Sustainable Transformational Citizenship,* (Ed. Maureen Ellis), Routledge.

Baker, Özgür Erdur ve Kavşut, Fatma (2007), "Akran Zorbalığının Yeni Yüzü: Siber Zorbalık", *Eurasian Journal of Educational Research*, Sayı: 27, s. 31-42.

Bulunmaz, Barış (2014), "Yeni Medya Eski Medyaya Karşı: Savaşı Kim Kazandı Ya Da Kim Kazanacak?", *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi,* Cilt 4, Sayı: 7, s. 22-29.

C, T. E. (1981) "The Boke of Children (1544) By Thomas Phaire, The First Pediatric Text Published in English", *American Academy of Pediatrics*, Sayı: 68/3, s. 182-187.

Canadian Paediatric Society (2003), "Impact of Media Use on Children and Youth", *Paediatr Child Health,* 8(5), s. 301–306.

Çetin, Mustafa ve Özgiden, Hatice (2013), "Dijital Kültür Sürecinde Dijital Yerliler ve Dijital Göçmenlerin Twitter Kullanım Davranışları Üzerine Bir Araştırma", *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Cilt 2, Sayı: 1, s. 172-189.

Çığ, Ünsal (2018), "Neoliberal Dönemde Medyanın Dönüşümü ve Gerbner'i Yeniden Düşünmek", *Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi*, Sayı: 29, s. 1-20.

Donzelot, J. (1997), *The Policing of Families*' den aktaran: Emrah Akbaş, Rayhan Atasü Topçuoğlu, "Modern Çocukluk Paradigmasının Oluşumu- Eleştirel Bir Değerlendirme", *Toplum ve Sosyal Hizmet*, Cilt 20, Sayı:1, 2009.

Erol, Türker (2020), "Radyo Çocuk Kulübü ve Müzik Yayınları Üzerine Bir Araştırma", *Atatürk Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü Dergisi*, Cilt 26, Sayı: Müzik Özel Sayısı, s. 338-352.

Esenay, Figen Işık ve Conk, Zeynep (2006), "Medya ve Çocuk: Hemşirelik Tanıları Doğrultusunda Bir İnceleme", *Aile ve Toplum Dergisi*, Cilt 3, Sayı 10, s. 91-102.

Gençel, Ş. (1984), "Çocuk Dergileri", *Türkiye'de Dergiler Ansiklopediler'*den aktaran Nurullah Terkan, Çocuk ve Medya: Popüler Çocuk Dergilerinde Egemen Söylemlerin Kuruluşu, *Savaş Yayınevi*, Ankara, 2011.

Gerçik, İbrahim (2019), "Türk Modernleşmesi: Düşmanına Âşık Olmak, *Muhafazakar Düşünce Dergisi,* Cilt 16, Sayı: 57, s. 151-170.

Güçlü, Sevinç (2016), "Çocukluk ve Çocukluğun Sosyolojisi Bağlamında Çocuk Hakları", *Sosyoloji Dergisi*, Armağan Sayısı, s. 1-22.

Güleç, Hüseyin Topaloğlu, Mürüvvet Ünsal, Demet ve Altıntaş, Merih (2012), "Bir Kısır Döngü Olarak Şiddet", *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, Cilt 4, Sayı: 1, s. 112-137.

Güran Yiğitbaşı, Kübra (2014), "Türkiye'de Çocuk Dergiciliği: TRT Çocuk Dergisi Örneği", *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı: 5, s. 37-56.

İnan, Rauf (1983), "Dünyada Çocuk Yılı ve Eğitimde Çocuğa Görelik' ten aktaran: Mehmet Sağlam, Nermin Aral, "Tarihsel Süreç İçerisinde Çocuk ve Çocukluk Kavramları", *Çocuk ve Medeniyet*, Sayı: 2, 2016, s. 49.

Karaboğa, Mehmet Tahir (2018), "Medya çağında Çocuk ve Çocukluk Kültürü- Şiddet ve Tüketim Kültürünün Yansımaları", *Uluslararası Çocuk Edebiyatı ve Eğitim Araştırmaları Dergisi*, Cilt 2, Sayı: 2, s. 1-17.

Karabulut, Burak (2015), "Bilgi Toplumu Çağında Dijital Yerliler, Göçmenler ve Melezler", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı: 21, s. 11-23.

Karaduman, Esra ve Gökgöz, Gökhan (2017), "TRT Yerli Çocuk Programlarında Çocukluğun İnşası: Eğitim, Toplumsallaşma, Politik Özne Biçimleri", *TRT Akademi*, Cilt 2, Sayı: 4, s. 376-397.

Kavuran, Tamer ve Dede, Bayram (2013), "Platon ve Aristoteles'in Sanat Etiği, Estetik Kavramı ve Yansımaları", *Sanat Dergisi*, Sayı: 23, s. 47-64.

Kılıç, Barış ve Kılıç, Elif Pınar (2014) "Yeni Medya Ortamında Çocuk Birey: Yeni İletişim Teknolojileri ve Medya Pedagojisinin Önemi", *Akdeniz İletişim Dergisi*, Sayı: 22, s. 9-23.

Kılıç, Neslihan (2019), "Geleneksel Medya ile Yeni Medyanın Karşılaştırılması: Kuramsal Bir Analiz Çalışması" *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Yıl 6, Sayı: 36, s. 227-239.

Koçer, Dilara Nergishan (2020), "İdeal Çocuk'tan 'Küresel Tüketici'ye: Türkiye'de Çocuk Dergileri ve Çocuk İmgesi", *Motif Akademi Halkbilim Dergisi*, Cilt 13, Sayı: 31, s. 1218-1237.

Kol, Suat (2011), "Erken Çocuklukta Bilişsel Gelişim ve Dil Gelişimi", *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 21, s. 2-21.

Konar, E. (2003), "Gürbüz Türk Çocuğu Dergisi", *Tarih ve Toplum*, Sayı: 235, s. 20-22.

Küçük, S. (2010) "İlk Türkçe Çocuk Dergileri ve Çocuklara Mahsus Gazete", *Selçuk Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi*, Sayı: 24, 2010, s. 221–257.

Öcel, Nilüfer (2001), "Tv Çocuk Programlarında Biçim, İçerik, İşlev ve 5-14 Yaşın Program Seçimi Üzerine", *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 11, s. 369-398.

Öktem, Duygu (2012), "Türkiye'deki Çocuk Adalet Sisteminin Yönetimi ve Yaş Ayrımcılığına İlişkin Paradigmanın İncelenmesi". *Türkiye'de Çocuk Adalet Sisteminin Yönetimi*, Uluslararası Çocuk Merkezi Yayınları, Ankara.

Öktem, Ferhunde (2003), "Anne-Babalar ve Çocuklar", *Radyo ve Televizyonlarda Şiddet ve İntihar Haberleri*, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Yayını, Ankara.

Özek, Bahar Yakut (2019), "Eleştirel Kuram (Frankfurt Okulu) Bağlamında İdeoloji ve Eğitim İlişkisinin Çözümlenmesi", *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Cilt 39, Sayı:3, s. 1535-1557.

Özen, Yener ve Gül, Abdulkadir (2007), "Sosyal ve Eğitim Bilimleri Araştırmalarında Evren-Örneklem Sorunu", *Atatürk Üniversitesi Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı: 15.

Sağlam, Mehmet ve Aral, Nermin (2016), "Tarihsel Süreç İçerisinde Çocuk ve Çocukluk Kavramları", *Çocuk ve Medeniyet,* Sayı: 2, s. 43-56.

Seçkin, Gülcan (2011), "Popüler Çocuk Dergileri ve Tüketici Çocuğun inşası", 1.*Türkiye Çocuk Hakları Kongresi Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı*, (Haz. Mustafa Ruhi Şirin), Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul.

Sormaz, Fulya ve Yüksel, Hülya (2012), "Değişen Çocukluk, Oyun ve Oyuncağın Endüstrileşmesi ve Tüketim Kültürü", *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt 11, Sayı: 3, s. 985-1008.

Şimşek, Hüseyin (2001), "XIX. Yüzyıl Çocuk Dergiciliği ve Eğitsel İşlevleri Üzerine", *Milli Eğitim Dergisi*, Sayı: 151, s. 1-9.

Şirin, Mustafa Ruhi (2014), "Çocuk ve Medya: Eşitsizlikler Dünyası", *İletişim ve Diplomasi*, Cilt 1, Sayı: 2, s. 181-187.

Tan, Mine (1989), "Çağlar Boyunca Çocukluk", *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, Cilt 22, Sayı: 1, s. 71-88.

Tanyıldızı, Nural ve Karabulut, İmik Nihan (2018), "Okul Öncesi Eğitime Devam Eden Çocukların Televizyon Programlarına Yönelik Tercihlerinin İncelenmesi", *International Journal of Humanities and Education,* Cilt 4 Sayı: 9, s. 86-102.

Timisi, Nilüfer (2011), "Medyada Çocukları Koruyucu Önlemler", *Çocuk Hakları ve Medya*, (Der. Mustafa Ruhi Şirin) Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul.

Tutal Cheviron, Nilgün (2011), "Medyanın Şiddete Dayalı İşleyişi ve Çocukların Maruz Kaldığı Olumsuzluklar", *Türkiye Çocuk Hakları Kongresi Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı*, Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul.

Wall, John (2010) *Ethics in Light of Childhood*' dan aktaran: Zeynep Berna Erdiller-Yatmaz, Ersoy Erdemir, Fetiye Erbil, "Çocuk ve Çocukluk: Okulöncesi Öğretmen Adayları Anlatıyor", *Eğitimde Nitel Araştırmalar Dergisi,* Cilt 6, Sayı: 3, 2018, s. 287.

Tezler:

Aydın, Bahtinur (2018), Türkiye'de Çocuk Televizyon Kanallarındaki Çizgi Filmlerin Çocukluğa Etkisi Üzerine Bir İçerik Analizi, Balıkesir Üniversitesi Sosyoloji Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Balıkesir.

Bay, Nurettin (2006), Türkiye'de Radyo ve Televizyon Yayıncılığı, Yasal Süreçte Yaşanan Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Selçuk Üniversitesi Radyo Televizyon Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Buruşuk, Muhammet Emre (2019), Yeni Medyanın Belirleyici Etkisiyle Toplumsal Kurgu ve Gerçeklik Arasında Yeniden Şekillenen Çocukluk Paradigması, Marmara Üniversitesi, Radyo Sinema Televizyon Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

Ertunç, Filiz (2011), Çocuk Dünyasında Reklamın Rolü: Televizyon Reklamlarında Çocuklara Yönelik Düzenlemeler, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Uzmanlık Tezi, Ankara.

Nart, Sibel (2006), 1964-1980 Arası Trt Radyo Yayın Politikaları, Ankara Üniversitesi Kamu Yönetimi ve Siyaset Bilimi Anabilim Dalı, Doktora Tezi, Ankara.

Olgundeniz, S. Sünbül (2010), "Televizyon Dünyasında Çocuğun Temsili: Televizyon Dizilerinde ve Reklamlarda Çocuk Kimlikleri", Ege Üniversitesi, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İzmir.

Mevzuat Metinleri:

6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, RG: 15.02.2011, 27863.

Kongre, Sempozyum, Bildiri ve Araştırmalar:

Alver, F. ve Gül, A.A. (2005), "Çocukların Medya Kullanımı", Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi Bildirileri, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları*, İstanbul, s. 264-281.

Black, Fred (2019), "Amazon, Netflix, Youtube, Apple, Disney gibi SVoD Mecralar Çocuk İçeriklerinde Ne Tercih Ediyor?", TRT Çocuk Medyası Konferansı.

Erdoğan, Serap (2019), "İngiltere'de Erken Çocukluk Eğitimi Bağlamında Çocuk ve Medya İzlenimleri", TRT Çocuk Medyası Konferansı.

Koman, Ezgi ve Özkan, Şeyma (2018), "Türkiye Yazılı Basında Çocukların Temsili", Hrant Dink Vakfı, Yayımlanmış Araştırma, İstanbul.

Kök, A. Nezih (2003), "Çocuk Mahkemeleri Mevzuatı ve Adli Tıp", *II. Ulusal Çocuk ve Suç Sempozyumu- Yargı Öncesi Ve Yargılama Süreci Bildiriler*, Türkiye'de Çocuklara Yeniden Özgürlük Vakfı, Ankara.

Lemish, Dafna ve Kolucki, Barbara (2013), "Medya ve Erken Dönem Çocukluk Gelişimi", *Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı 2*, Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul.

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,* s. 171-184.

Piotrowski, Jessica Taylor, Vossen, Helen G. M. ve Valkenburg, Patti M (2013), "Medya ve Çocuk Gelişimi", *Türkiye'de Çocuk ve Medya Kongresi Bildireler Kitabı* 2, (Çev. Ayşe Aksakal), (Ed. Hakan Toker) Çocuk Vakfı Yayınları, İstanbul.

RTÜK, (2018), "Çocukların Yeni Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Siber Zorbalık Araştırması".

Sarı, Nilüfer (2019), “Çocuk Medyası ve Okuryazarlık Üzerine”, TRT Çocuk Medyası Konferansı.

Semerci, Bengi (2019) “Dönüşümün Çocuk Psikolojisine Etkisi”, TRT Çocuk Medyası Konferansı.

Elektronik Kaynaklar:

https://www.unicef.org/turkey/%C3%A7ocuk-haklar%C4%B1na-dair-s%C3%B6zle%C5%9Fme

https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-50851909

https://www.ntv.com.tr/galeri/teknoloji/9-yasindaki-ryan-kaji-29-5-milyon-dolar-kazandi-youtubeun-en-cok-kazanani,56CkCB2YQkCb8-1GvIWI3Q

https://www.cadempsikoloji.com/makale/3-cocuk-gelisim-donemleri

https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Hanehalki-Bilisim-Teknolojileri-(BT)-Kullanim-Arastirmasi-2020-33679

https://www.aa.com.tr/tr/egitim/asiri-sosyal-medya-kullanimi-okulda-basariyi-dusurebilir-/907047

https://www.rtuk.gov.tr/haberler/3787/8456/rtuk-televizyon-yayinlarinda-siddet-arastirmasi-yapti.html

https://tuikweb.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33733

https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media

https://www.ekonomist.com.tr/teknoloji/pandemi-onlara-yaradi-iste-dunyanin-en-degerli-10-sirketi.html

https://haberglobal.com.tr/ekonomi/turkiye-nin-en-cok-kazanan-youtuber-lari-73669

https://www.bbc.com/turkce/haberler-dunya-54794965#:~:text=G%C3%BCney%20Koreli%20Pinkfong%20%C5%9Firketinin%20imzas%C4%B1n%C4%B1,da%207%20milyardan%20fazla%20izlendi.

https://digitalage.com.tr/kidfluencer-dunyasina-hos-geldiniz/

https://www.technologyreview.com/2019/12/27/238167/wannabe-kidfluencers-struggling-youtube-stars/

https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/minnoslar-filmi-dunyada-tepkiyle-karsilandi-/1970225

https://mottpoll.org/reports/top-health-concerns-kids-2020-during-pandemic#:~:text=Mott%20Children's%20Hospital%20National%20Poll,Bullying%2Fcyberbullying%20(62%25)

EK

ORTAOKUL DÖNEMİNDE MEDYA KULLANIMI BAŞLIKLI SAHA ARAŞTIRMASI ANKET SORULARI

DEMOGRAFİK BİLGİLER

Kaçıncı sınıfa gidiyorsunuz?

- 5
- 6
- 7
- 8

Cinsiyetiniz?

- Kız
- Erkek

Yaşadığınız şehir?

_____

GELENEKSEL MEDYA SORULARI

1- Televizyonu günde _____ izlerim.

- 1 saatten daha az
- 1-3 saat
- 3-5 saat
- 5 saatten daha fazla
- Televizyon izlemem

2-Radyoyu haftada _____ dinlerim.

- 1 saatten daha az
- 1-3 saat

- 3-5 saat
- 5 saatten daha fazla
- Radyo dinlemem

3-Ayda adet dergi _____ okurum.

- 1
- 1-3
- 3-5
- 5 ‘ten daha fazla
- Dergi okumam

4-Televizyonda en fazla _____ izlerim.

- Çizgi film ya da çocuk programı
- Dizi
- Haber bülteni
- Gündüz kuşağı programları
- Yarışma programları

5-Televizyon izlerken ebeveynlerimden en az biri yanımda olur.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Nadiren
- Hiçbir zaman

6-Televizyon izleme süremi anne ya da babam belirler.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Nadiren
- Hiçbir zaman

DİJİTAL MEDYA SORULARI

1-İnternete kolayca ulaşabilirim.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Nadiren
- Hiçbir zaman

2-Şu ağlarda sosyal medya hesabım var.

- Facebook
- Twitter
- Instagram
- Youtube
- tiktok

3-İnterneti günde _____ kullanırım.

- 1 saatten daha az
- 1-3 saat
- 3-5 saat
- 5 saatten daha fazla
- İnternet kullanmam

4-İnterneti en fazla _____ için kullanırım.

- Sosyal medya hesaplarıma bakmak
- Çizgi film ya da çocuk programı izlemek
- Oyun oynamak
- Dizi izlemek
- Araştırma yapmak ya da ders çalışmak

5-Sosyal medyada en fazla _____ yaparım.

- Fikirlerimi paylaşırım
- Diğer hesapları takip ederim
- Video izlerim
- Haberi ve gündemi takip ederim
- Video çekerim

6-Dizi izlemek için dijital platformları (Netflix, Blu Tv, Puhu Tv, Exxen vb.) tercih ederim.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Nadiren
- Hiçbir zaman

7-İnternet kullanırken ebeveynlerimden en az biri yanımda olur.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Nadiren
- Hiçbir zaman

8-İnternet kullanım süremi annem ya da babam belirler.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Nadiren
- Hiçbir zaman

9-Televizyon yerine interneti tercih ederim.

- Her zaman
- Çoğunlukla
- Bazen
- Nadiren
- Hiçbir zaman

ÖZET

Teknolojinin her geçen gün hızla gelişmesi, yeni iletişim teknolojilerinin ortaya çıkmasını gerekli kılmıştır. Tarihsel süreç içerisinde iletişim teknolojilerinin gelişimi basılı, analog ve dijital teknoloji olmak üzere üç aşamalı olarak ele alınmaktadır. Bu bağlamda, teknolojinin katkılarıyla medya, geleneksel ve dijital olarak iki başlık altında değerlendirilmektedir. Medyanın gelişimi, "çocuk" ve "çocukluk" üzerine yapılan çalışmaları etkileyerek pek çok bilim dalının çocukluğu araştırılması gereken bir alan olarak görmesini sağlamıştır.

Çocuk, elbette ki insanoğluyla birlikte tarihin her döneminde var olmuştur ancak çocuğa atfedilen anlam ve çocuğun toplumdaki konumu her zaman değişmiştir ve değişmeye de devam etmektedir. Tarihsel süreç içerisinde toplumlar ve medeniyetler kendi kültürel ve toplumsal değerlerine göre çocukluğu farklı şekilde yorumlayarak çocuğu bu doğrultuda var etmişlerdir. Her dönemin çocuğunun kendine ait bir medyası mevcuttur. Her medyanın da kendisinin oluşturduğu ideal çocuğu mevcuttur. Geleneksel medya çağında egemen söylem, çocuğu geleceğin ideal vatandaşı olarak görmektedir ve bu doğrultuda çocuklara geleneksel medya mecraları üzerinden mesajlar göndererek eğitmeyi amaçlamaktadır. Geleneksel medyada iletiler tek taraflı gönderildiğinden, medya karşısındaki çocuk edilgen bir şekilde iletilere maruz kalır. Dijital medya çağında ise çocuğun konumu tamamen değişerek çocuk medya içerik üreticisi olarak da karşımıza çıkmaktadır. Dijital medyanın ideal çocuğu ise üretim sürecinin bir parçası olarak tanımlanmıştır. Ayrıca, hem dijital medya ortamında üretilen içeriği hem de dijital medyanın reklamlar üzerinden sunduğu ürünleri tüketen bu yeni çocuk medya ile olan ilişkisinde etkendir.

Bu çalışmanın amacı bu doğrultuda geleneksel medyadan dijital medyaya çocukluğun tanımını ve çocuğun toplumsal konumunu ortaya koymaktır. Çalışmanın 'Kavramlar, Tanımlar ve Tarihsel Süreç' başlıklı birinci bölümünde çocuk ve

çocukluk kavramları tüm yönleriyle ele alınarak bu kavramların tarihsel süreç içerisindeki dönüşümleri değerlendirilmiştir. İkinci bölümde, ‘Medya ve Çocuk’ başlığı altında dijital medya ve geleneksel medya ile çocuk ilişkisi incelenmiştir. Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde, ortaokul düzeyindeki çocuklarla bir anket çalışması yapılarak çocukların medya tercihlerine ilişkin hususlar tespit edilmiştir.

Bu çalışmanın sonucunda, medyanın çocuk ve çocukluk kavramlarını temsiliyetler üzerinden inşa ettiği anlaşılmış ve dönemin medyasına göre şekillenen çocuğun medya kullanım alışkanlıkları değerlendirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk, çocukluk, geleneksel medya, dijital medya.

ABSTRACT

With the rapid development of technology day by day, it necessitate to emerge new communication technologies. The development of communication technologies in the historical process is considered in three stages as printed, analog and digital technologies. In this context, with the contributions of technology, media are evaluated under two headings as traditional and digital. The development of the media influenced the studies on "child" and "childhood" and saw childhood as an area that needs to be researched.

The child, of course, has existed with human beings in every period of history, but the meaning attributed to the child and the child's position in society has always changed and continues to change. In the historical process, societies and civilizations have interpreted childhood differently according to their cultural and social values and created the child in this direction. Children of each period have their own media. Every media has its own ideal child. In the traditional media age, the dominant discourse sees the child as the ideal citizen of the future and aims to educate children by sending messages through traditional media channels. Since messages are sent unilaterally in traditional media, the child in front of the media is exposed to messages passively. In the digital media age, the position of the child changes completely and the child appears as a media content producer. The ideal child of digital media has been defined as a part of the production process. In addition, this new child who consumes both the content produced in the digital media environment and the products offered by the digital media through advertisements is active in her relationship with the media.

In this direction, the aim of this study is to reveal the definition of childhood and the social position of the child from traditional media to digital media. In the first part of the study titled "Concepts, Definitions and Historical Process", the concepts of

child and childhood are handled in all aspects and the transformation of these concepts in the historical process has been evaluated. In the second part, the relationship of the child with digital media and traditional media is examined under the title of 'Media and Child'. In the third and last part of the study, issues related to children's media preferences were detected by conducting a questionnaire with secondary school children.

As a result of this study, it was evaluated that the media constructs the concepts of child and childhood through representations and the media usage habits of the child who was shaped according to the media of the period.

Keywords: Child, childhood, traditional media, digital media.

ÖZGEÇMİŞ

06.04.1991 tarihinde Ankara'da doğdu. İlköğretimini Seydişehir Alüminyum İlkokulunda; orta öğrenimini Merkez İlkokulunda, lise öğrenimini ise Madinah International Turkish Schoolda tamamladı. Üniversite yerleştirme sınavında başarılı olarak Boğaziçi Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölümünü kazandı. Lisans eğitimini 2015 yılında tamamlayarak aynı sene Boğaziçi Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı anabilim dalı Klasik Türk Edebiyatı bölümünde yüksek lisans eğitimine başladı ve 2019 yılında yüksek lisans derecesini aldı. Henüz lisans eğitiminden mezun olmadan 2014-2016 yılları arasında Albayrak Medya bünyesinde Nihayet Dergi'de editör olarak çalıştı. Ardından 2017 yılında Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığında sosyal medya danışmanı ve metin yazarı olarak çalıştı. 2018 yılının Şubat ayından bu yana, Radyo ve Televizyon Üst Kurulunda, "Üst Kurul Uzman Yardımcısı" olarak çalışmaktadır. İyi düzeyde İngilizce, orta derecede Arapça ve ileri derecede Osmanlı Türkçesi bilmektedir. Evli ve bir çocuk annesidir.