

Çocukların Covid-19 Algılarının Resme Yansıması

The Reflection of Children's Covid-19 Perceptions to Their Drawings

Rengim SİNE NAZLI¹², Arzu KALAFAT ÇAT³

Öz

Medyanın en masum tüketicileri olan çocukların maruz kaldığı medya iletilerinden ne ölçüde etkilendiği, iletişim çalışmalarının temel ilgi alanları arasında yer almaktadır. Çocuklara hitap eden televizyon içeriklerinin mevcut /olmasına rağmen çocukların yetişkinlere yönelik medya içeriklerine de ulaşabiliyor oluşu bu durumun daha çok endişe çerçevesinde ele alınmasına neden olmaktadır. İzlediği görselleri henüz gerçeklik süzgecinden geçirmeden sorgulamaksızın kabul eden çocuklar için yetişkin içerikleri oldukça tehlikeli olabilmektedir. Bu çalışmada 2019 yılı sonlarında Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkarak kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına alan ve 11 Mart 2020 günü küresel salgın ilan edilmesine sebebiyet veren COVID-19 salgın sürecinin çocuk zihnindeki izdüşümlerini ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmada resimleme tekniği kullanılarak COVID-19 konulu haberlerin çocukların algısal dünyalarında nasıl yer aldığı tespit edildiği bu çalışmada 6-9 yaş aralığında bulunan 112 çocuğa "COVID-19" temalı resim yaptırılmıştır. Çocukların yapmış olduğu resimler ön plana çıkan temalar çerçevesinde analiz edilmiştir. Çalışmanın en önemli sonucu 112 çocuğun çoğunluğunun (110) yapmış olduğu resimlerin olumsuz temalar etrafında şekillenmiş olmasıdır. Bunun yanı sıra çocukların %39,2'sinin virüs öznesini en belirgin öğe olarak resmettiği tespit edilirken oyun ve sosyal yaşam özleminin de ön plana çıkan temalar arasında yer aldığı gözlenmiştir. Çalışmada elde edilen bir diğer önemli sonuç ise ön plana çıkan bazı temaların çocukların cinsiyetlerine göre farklılık göstermesidir.

Anahtar Kelimeler: Kitle iletişim araçları, haber, çocuk, etki çalışmaları, Covid-19.

Abstract

One of the main areas of interest of communication studies is that children, who are the most innocent consumers of the media, are affected by the media messages. Despite the presence of television content that appeals to children, the fact that children can also access media content for adults causes this situation to be handled within the framework of more concern. Adult content can be quite dangerous for children who accept the visuals they watch without questioning them without filtering the reality. In this study, it is aimed to reveal the projections of the COVID-19 epidemic process in the minds of children, which emerged in Wuhan, China at the end of 2019, affected the whole world in a short time and caused the declaration of a global epidemic on March 11, 2020. The pictures made by the children were analyzed within the framework of the prominent themes. The most important result of the study is that the pictures made by the most of 112 children (110) were shaped around negative themes. In addition, it was observed that 39.2% of the children portrayed the virus subject as the most prominent element, and it was observed that the longing for play and social life were among the prominent themes. Another important result obtained in the study is that some of the prominent themes differ according to the gender of the children.

Keywords: Mass media, news, child, impact studies, COVID-19

Araştırma Makalesi (Research Article)

Gönderim Tarihi (Received): 31.08.2021

Kabul Tarihi (Accepted): 11.11.2021

Atıf (Cite as): Sine Nazlı, R. & Kalafat Çat, A.(2021).

Çocukların Covid-19 Algılarının Resme Yansıması.

Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi, 36, s. 221-242, DOI: 10.31123/akil. 989238.

1 Doç. Dr., Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi, rengimsine@gmail.com, 0000-0001-9784-766X

2 Sorumlu Yazar (Corresponding Author)

3 Dr. Öğr. Ü., Karabük Üniversitesi, arzukalafatcat@gmail.com, 0000-0003-2960-0790

Giriş

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler her ne kadar kitle iletişim araçlarının çeşitliliğini arttırmış olsa da televizyon, halen en yaygın kullanılan iletişim aracı olma özelliğini sürdürmektedir. Kitle iletişim araçlarının toplumların ya da bireylerin davranış ve yaşam biçimleri üzerinde oldukça etkili olduğu bilinmektedir ancak hedef kitlenin mesajlardan etkilenme düzeylerinde mesajlara maruz kalma sürelerinin yanı sıra izleyicilerin demografik özellikleri de ayrıca etkili olmaktadır (Timisi, 2011, s. 142-142). Bu nedenle erken yaşlardan itibaren kitle iletişim araçlarına maruz kalan çocuklar maruz kaldıkları mesajların içeriğine göre kitle iletişim araçlarından olumlu ya da olumsuz yönde etkilenebilmekte, kitle iletişim ortamlarındaki mesajlar, çocukların dış dünyaya ilişkin zihinsel tasarımlarını şekillendirerek onların dış dünya hakkındaki malumatlarına dönüşmektedir. Bir diğer ifade ile birey, dış dünyadan almış olduğu uyarıcıları zihinsel düşünce süreçlerinden geçirerek algılamaktadır (Gülerarslan, 2014, s. 133). Yetişkinlere göre zihinsel muhakeme yeteneği bakımından dezavantajlı konumda bulunan çocuklar kitle iletişim araçlarındaki algıladıkları içerikleri gerçek sanmakta, bu nedenle medya içeriklerinin çocuk zihnindeki etkileri yetişkinlere nazaran oldukça farklı boyutlarda gerçekleşebilmektedir.

Teknolojik bir çağda dünyaya gelen günümüz çocukları küçük yaşlardan itibaren pek çok teknolojik cihaz kullanmaya başlamakta hem geleneksel hem de modern teknolojilerle birlikte büyümektedirler (Mustafaoğlu vd. 2018, s. 227). Ancak konuyla ilgili olarak yapılan araştırmalar çocukların ergenlikle birlikte mobil cihaz kullanımlarının arttığını, ergenlikten önceki dönemlerde ise teknolojik cihaza sahiplik ve kullanım süreci bakımından en yaygın iletişim aracının televizyon olduğunu ortaya koymuşlardır (Kabali vd. 2015, Rasmusen vd. 2020, Rideout vd. 2011). Çocukların erken çocukluk döneminden başlayarak ergenlik dönemine kadar en fazla kullandıkları kitle iletişim aracının televizyon (Sevindik, 2011, s. 529) olduğu gerçeğinden hareketle bu çalışmada COVID-19 küresel salgın haberleri özelinde kitle iletişim araçlarının en savunmasız tüketicisi olan çocuk izlerkitlenin televizyon haberlerinde COVID-19 ile ilgili olarak verilen mesajları nasıl algıladıklarını ortaya koymak amacıyla resimleme tekniği kullanılmıştır.

Resimleme tekniğinin kullanıldığı çalışma sonucunda 112 çocuğun %39,2'sinin resimlerinde en belirgin özne olarak "virüs" çizdikleri görülmüştür. Bu durum çocukların, sosyal izolasyonun sebebi olan virüs ve neticesinde oluşan hastalığa yönelik korku ve kaygıya kapıldıklarını göstermektedir. Nitekim çalışmaya katılan 112 çocuktan yalnızca 2'sinin resimlerinde olumlu bir tema olarak tanımlanabilecek "gökkuşağına" yer vermiş olduğu görülmüştür. Bu durum salgın sürecinin çocukların psikososyal gelişimleri üzerindeki etkisini ortaya koymaktadır. Ayrıca çocukların %22,4'ünün resimlerinde "oyun/ sosyal yaşam özlemi" içeren temalara yer verdikleri ve resimlerin tamamında yer alan temaların TV ekranlarında yer alan iletiler ekseninde şekillendiği sonuçlarına ulaşılmıştır.

1. Medya Tüketicisi Olarak Çocuk

Çocukların izleyici olarak televizyon karşısına geçmeleri bebeklik döneminde reklam ve çizgi film izleme deneyimleriyle başlamakta, çocuklar okul çağına geldiklerinde ise okul ve oyun dışındaki zamanlarının ciddi bir kısmını televizyon izleyerek geçirmektedirler. Günlük yaşamın bir parçası, neredeyse aileden bir üye haline gelen televizyon, izlendikçe kendisine daha fazla bağımlı yapmakta ileriki yaşlarda da bu alışkanlıktan vazgeçmek kolay olmamaktadır (Geçer, 2015, s. 57). Yaylagül (2017, s. 22), kitle iletişim araçlarına bağımlılığın bir diğer sebebinin de postmodern

dünyada yalnızlaşan bireyin yalnızlığını giderme arzusu olduğunu ifade etmektedir. 1995 yılında yayınlanan *Çocukluğun Yokoluşu* isimli kitabında Neil Postman (1995, s. 10), sokakta oynanan çocuk oyunlarının ortadan kaybolmaya başladığını çocukluk ile yetişkinlik arasındaki ayrımın da giderek görünmez hale geldiğini ifade etmiştir. Günümüzde değişen sosyoekonomik ve kültürel koşullar ve ebeveynlerin güvenlik kaygıları gibi sebeplerle çocuklar doğal oyun ortamları olan sokak yerine evde daha fazla vakit geçirmek durumunda kalmışlar, bu durum çocuklar için de bireyselleşmeyi beraberinde getirmiş, çocukların kitle iletişim araçları ve teknoloji kullanım sürelerinin artmasına sebebiyet vermiştir. Ancak bu durum çoğu zaman “çocuk odaksız” olarak hazırlanan medya içeriklerine çocukların uzun süreler maruz kalmalarına neden olmaktadır.

Çocukların kitle iletişim araçlarını kullanma pratikleri ve kitle iletişim araçlarındaki mesajların çocuklar üzerindeki etkileri üzerinde alan yazında pek çok çalışma bulunmaktadır. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi tarafından 2006 yılında ilköğretim çağındaki çocukların televizyon izleme alışkanlıklarına yönelik gerçekleştirilen araştırmaya göre ilköğretim öğrencilerinin boş zamanlarında kitap okuma oranları %64.9 iken, televizyon izleme oranları %64.6’dır (Meb, Kamuoyu Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı 2006, s. 11).

Akkuş ve diğerleri tarafından 2015 yılında gerçekleştirilen “3- 60 Ay Arası Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıklarının İncelenmesi” başlıklı çalışma sonucunda “*Çocukların %52,2’si günde 2 saate kadar, %47,7’sinin 2 saat ve üzeri TV izlediği...*” *Hiç televizyon izlememesi gereken iki yaş altı çocuklardan; 3-24 ay arası çocukların günlük ortalama 1.05 saat, 25-60 ay arası çocukların ise ortalama 2,9 saat televizyon izlediği*” görülmüştür (2015, s. 351). Araştırma, 0-2 yaş bebeklik çağı ve ilk çocukluk ve oyun dönemi olarak tanımlanan 3- 6 yaş aralığındaki çocukların gelişimsel deneyim ve alışkanlıkların kazanıldığı gelişim süreçlerinde düzenli televizyon izleyicisi olduklarını göstermiştir.

Çocukların kitle iletişim araçları kullanma pratikleri ile ilgili olarak Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından 2013 yılında yapılan “Türkiye’de Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıkları Araştırması” isimli araştırmada çocuk izleyicilerin izlerkitlenin azımsanamayacak bir kısmını oluşturdukları tespit edilmiştir. Aynı araştırma sonuçlarına göre çocukların %97.9’ unun evinde televizyon bulunduğu, odasında kendisine ait televizyon bulunan çocukların oranının ise %40 seviyesinde olduğu tespit edilmiştir (RTÜK, 2013). Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından 2018 yılında gerçekleştirilen bir diğer araştırma; izleyicilerinin yaşları arttıkça televizyon izleme sürelerinin de arttığını, izleyicilerin eğitim seviyeleri arttıkça ise televizyon izleme sürelerinin azaldığını ortaya koymaktadır (RTÜK, 2018, s. 15).

Doğan ve Göker (2012) tarafından ilköğretim öğrencilerinin televizyon izleme alışkanlıklarına yönelik yapılmış olan araştırmada öğrencilerin %58,5’inin düzenli televizyon izleme alışkanlıklarının bulunduğunu ve %75.8’inin aile bireylerinden bir tanesiyle birlikte televizyon izlediklerini ortaya koymuşlardır. Çalışma sonuçlarına bakıldığında çocukların düzenli televizyon izleme alışkanlıklarının oldukça yüksek olduğu ve aile bireyleriyle birlikte izlenen kanalların genellikle tematik çocuk kanalları olmayacağı öngörüsünde bulunulabilmektedir.

Aksaçlıgolu ve Yılmaz tarafından 2005 yılında ilköğretim beşinci sınıf öğrencilerine yönelik yapılan araştırmada öğrencilerin %73.4’ü ders dışı zamanlarını bilgisayar ve televizyonla geçirdiklerini, öğrencilerin %26.6’sının ise kitap okumayı tercih ettikleri ortaya konulmuştur. Çalışma sonuçları

incelendiğinde öğrencilerin teknolojik cihaz kullanım oranlarının oldukça yüksek olduğu, teknolojik cihazların adeta birer oyun arkadaşı gibi çocuğun boş zamanlarını eğlenceli hale getiren bir araç olarak görüldüğünü söylemek mümkündür.

Üstündağ ve Doğan tarafından 2016 yılında yapılan araştırmada 10-14 yaş aralığındaki çocukların boş zaman etkinliği olarak %55.9'unun bilgisayar, %45.7'sinin televizyon ile vakit geçirdiği görülmüştür. Ayrıca araştırmaya katılan öğrencilerin %96.3'ü düzenli televizyon izlediklerini ifade etmişlerdir. Dolayısıyla televizyon eğlendirici boş zaman aktivitesi olarak görülmekte, tüm aile bireyleri tarafından kullanılan bir araç olma işlevini sürdürmektedir.

Çocukların televizyon izleme sürelerine ilişkin yapılan çalışmalar televizyon izleme sürelerinin oldukça yüksek olduğunu ve televizyon izlemenin bir boş zaman aktivitesi olarak değerlendirildiğini göstermektedir. Ancak medya içeriklerinin ve özellikle de haberlerin genellikle yetişkinlere yönelik içerikler sunması haberin gizli tüketicisi olan çocuğun zihninde yetişkinlerden çok daha farklı boyutlarda etki göstermektedir. Yetişkin izleyiciler için sıradanlaşan kaza, ölüm, cinayet, kaçırılma, hastalık gibi haberler çocuk zihninde tüm çıplaklığıyla yankılanarak çeşitli psikolojik etkiler gösterebilmektedir. Çocukların algısal dünyalarını anlamamızı sağlayan tekniklerden bir tanesi de çocuk resimlerinin analizidir. Çocukların bilişsel, duygusal ve gelişimsel süreçlerine göre çizmiş oldukları resimler farklılaşmakla birlikte çocuk resimleri; çocukların iç dünyalarına, deneyimlemiş ya da gözlemlemiş oldukları olaylara ilişkin çeşitli ip uçlarını barındırmaktadır.

Literatürde çocuk resimlerinin analizi tekniği ile ilgili yapılmış pek çok çalışma bulunmaktadır. Ancak çalışma kapsamına uygun olması açısından medya içeriklerinin çocuk zihnindeki yansımalarını inceleyen araştırmalar derlenmiştir. Şimşek İşliyen ve İşliyen tarafından 2015 yılında gerçekleştirilen, ilkökul üçüncü sınıfta öğrenim gören 68 öğrenci ile gerçekleştirilen araştırmada çocukların medyaya ilişkin algıları çocukların yapmış oldukları resimlerin çözümlenmesiyle ortaya konulmuştur. Çalışmada çocukların medya ile ilgili çizdikleri resimlerde medyanın genellikle televizyon ile temsil edildiği ve televizyon içeriğinin %72.'sini haber programları olarak algıladıkları ve resimlerdeki haber algısının genellikle olumsuz olduğu sonucuna varılmıştır. Şeker ve Sine tarafından 2017 yılında yapılan "Çocuk Zihnindeki Haber Resmi" başlıklı araştırmada soyut bir kavram olan habere ilişkin çocuk zihninde canlanan imajlar tespit edilmeye çalışılmış, çalışma sonucunda ise haber denildiğinde çocukların aklına gelen kitle iletişim aracının televizyon olduğu ve çocukların genellikle haberlerden olumsuz etkilendikleri ortaya konulmuştur.

Hiçyılmaz, İnci ve Seven tarafından 2015 yılında 7-10 yaş grubu çocukların şiddet algılarına yönelik Muş ilinde gerçekleştirilen çalışmada medyanın şiddete neden olma bakımından baskın rolünün bulunduğu tespit edilmiştir. Demirel tarafından 2017 yılında yapılan ortaöğretim öğrencilerinin şiddet içerikli programlara yönelik tutumlarının öğrencilerin yapmış oldukları resimlerle cinsiyet değişkenine göre analiz edildiği çalışmada erkek öğrencilerin şiddet içerikli programları izleme eğilimlerinin kız öğrencilerden fazla olduğu ve şiddet içerikli programların öğrenci davranışlarını olumsuz etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Sine Nazlı ve Sarı tarafından 2019 yılında gerçekleştirilen, 15 Temmuz örneği üzerinden kitle iletişim araçlarının çocuk zihnindeki etkilerini konu alan çalışmada araştırma kapsamındaki çocukların kitle iletişim araçları ve sosyal çevrelerinden algıladıkları unsurları çizdikleri resimlerde yansıttıkları sonucuna ulaşılmıştır.

2. Çocuk ve Haber İlişkisi

Çocukların bebeklik dönemlerinde başlayan televizyon izleme alışkanlıkları özellikle ilkököl çağına geldiklerinde televizyon izleme sürelerinde artışa neden olmaktadır. Çocukların zihinsel gelişimleri açısından medyanın oldukça etkili olduğu bilinmekle birlikte halen medya içeriklerinin yetişkinlere yönelik olarak hazırlanması, çocukların gizli haber tüketicisi oldukları gerçeğinin göz ardı edildiğini göstermektedir (Ertürk, 2011, s. 49). Çocukların medya içeriklerinden olumsuz etkilenmelerini önlemek amacıyla medya organlarının çocuk odaklı habercilik anlayışını benimsemesi ve çocuk odaklı haberciliği önemsenmesi gerekmektedir.

Kitle iletişim araçlarında üretilen içeriklerden biri olan haber, çeşitli bilinçli müdahaleler yoluyla tasarlanan ve söylemsel bir forma sokularak kitlelere iletilen metinlerden oluşmaktadır (Burton, 1995, s. 38) Çocuklar bilişsel gelişim süreçleri itibariyle muhakeme yeteneklerini yetişkinlere oranla daha az kullanabildikleri için maruz kaldıkları haber içeriklerinden yetişkinlerden çok daha fazla ve bazen de olumsuz yönde etkilenmektedirler. Bu nedenle medya içerikleri oluşturulurken çocuk izlerkitlenin fiziksel, bilişsel ve psikolojik özellikleri dikkate alınarak çocuk odaklı yaklaşımın benimsenmesi gerekmektedir.

Televizyonun çocuklar üzerindeki etkileri üzerine yapılan çalışmalarda genellikle sosyal öğrenme kuramına atıf yapılarak çocukların ahlaki yargılarının şekillenmesinde model almanın etkisine gönderme yapılmaktadır. Sosyal öğrenme kuramına göre çocukların değer yargıları ve davranışları üzerinde gözlemledikleri olaylar etkili olmaktadır (Bandura ve McDonald, 1963, s. 280). Dolayısıyla medya içeriklerinin vermiş oldukları mesajlardan doğrudan etkilenmeleri sebebiyle en savunmasız kitleyi oluşturan çocuklar için medya içeriklerindeki şiddet, hastalık, ölüm gibi unsurlar çocukları saldırganlık, şiddet gibi istenmeyen davranışlara yönlendirebilmekte, bunun yanı sıra stres, kaygı ve korku gibi psikolojik sonuçlar doğurabilmektedir.

Medya organları çocuklarla ilgili olsun ya da olmasın oluşturdukları tüm içeriklerde özdenetim felsefesi ile hareket etmeli, yapmış oldukları yayınların çocuklar üzerindeki olumlu ve olumsuz yanlarının neler olacağı konusunun içerikler oluşturulmadan önce düşünülmesi gerekmektedir. Çocuk odaklı medyadan bahsedebilmek için medya kuruluşlarının programlarında ya da yayınlarında sunulan içeriğin "ne kadar ses getireceğine" değil, yayınlanan içeriğin savunmasız izlerkitleyi oluşturan çocuklar üzerindeki olası etkilerine odaklanmaları gerekmektedir (Cheviron, 2011, s. 186).

3. Kültürel Çalışmalar Bağlamında Çocuk ve Alımlama Analizi

1950'li yıllarda ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri'nde kullanılmaya başlanan televizyon, hızla tüm dünyaya yayılarak en fazla kullanılan kitle iletişim aracı haline gelmiştir. Televizyonun yaygın kullanımı ile televizyonun izleyiciler üzerindeki etkisinin boyutları hakkında çeşitli görüşler ortaya çıkmıştır. Kitle iletişim çalışmaları olarak adlandırılan ve genel itibariyle kitle iletişim araçlarının vermiş olduğu mesajların izleyiciler üzerindeki etkilerinin ne ölçüde ve nasıl gerçekleştiği ile ilgilenen çalışmalar temel olarak iki ana prensip üzerinde inşa edilmektedirler. Bunlardan biri ana akım/çoğulcu, ya da eleştirel olmayan çalışmalar olarak adlandırılırken bir diğeri ise eleştirel ya da radikal çalışmalar olarak adlandırılmaktadır. Kitle iletişim çalışmalarına eleştirel olarak yaklaşanlar kitle iletişim araçları vasıtasıyla toplumsal yapının dönüşüme uğratılabileceği görüşünü savunurken, çoğulcu yaklaşıma sahip olanlar ise olayları evrimsel yaklaşımla ele alarak toplumsal değişimin kuramsal

müdahalelerden uzak olduğu görüşüne sahiptirler (Yaylagül, 2018, s. 23). Dolayısıyla kitle iletişim araçlarının birey, toplum ve kültür üzerindeki etkilerine yönelik çeşitli yaklaşımlar bulunmaktadır. Ancak bu kuram ve yaklaşımlar içerisinde en dikkat çekici yaklaşım bilim insanı George Gerbner tarafından 1969 yılında geliştirilen Ekme Kuramı (Cultivation Theory) olmuştur (Gündüz vd. 2020, s. 334). Ekme Kuramı, bireylerin televizyon izleme sürelerinin gerçeklik algılarını nasıl şekillendirdiği konusuna odaklanmıştır.

Gerbner, televizyon iletilerinin düşük düzeyde objektifliğe dayalı olduğunu ve egemen ideolojinin mesajlarını ileten bir aracı işlevi gördüğünü ifade etmektedir. Televizyon programları format bakımından çeşitlenmiş olsa da, programların amacının izleyicilerin “duygu, düşünce, tutum, inanç ve değerlerini” etki altına almak olduğunu ifade etmektedir (Özkan, 2017, s. 130). Bir diğer ifade ile televizyon iletilerine fazlaca maruz kalan izleyicilerin duygu ve düşünceleri etki altına alınarak tekelleştirilmekte (Bak vd. 2020, s. 489) böylece kamuoyu yaratılmaktadır (Gerbner, 2002, s. 55). Kültürel Göstergeler ve Ekme Kuramı’na göre televizyon, imgeler vasıtasıyla egemen ideolojileri izleyicilerin zihnine ekmektedir. Televizyon gerçeğinin izleyici zihnine ekilme düzeyi televizyon izleme süresi ile doğru orantılıdır ve izleyicilerin verdikleri “televizyon yanıtı” ile görünür olmaktadır (Gerbner vd., 1982, s. 103). Gerbner’e göre televizyon mesajları, yetişkinlere göre daha az tecrübeye sahip olan çocuk ve genç izleyiciler üzerinde daha fazla etkili olmaktadır (Sarışın, 2016, s. 5). Dolayısıyla televizyon mesajlarının içeriği çocuk izleyicilerin dünyayı algılama biçimlerini yetişkinlerden çok daha farklı boyutlarda etkileyebilmekte, Gerbner ve arkadaşları tarafından *Acımasız Dünya Sendromu (Mean World Syndrome)* olarak adlandırılan dünyayı olduğundan daha güvensiz ve tehlikeli bir yer olarak algılamalarına, geleceğe ilişkin korku ve endişe duymalarına sebebiyet verebilmektedir.

Gerbner’in Kültürel Göstergeler Projesi izler kitleyi pasif alıcı olarak görmesi, kültürel gelişmede etkisi bulunan diğer araçları görmezden gelmesi ve nicel verilere dayalı olması gibi sebeplerle pek çok kez eleştirilmiştir (Tekinalp ve Uzun, 2009, s. 105). Ana akım ya da çoğulcu yaklaşımlar kitle iletişim sürecini çizgisel bir süreç olarak ele almakta kitle iletişim araçlarının mesajlarının alıcısı konumundaki kitleleri edilgen ve pasif bir nesne olarak görmekte ve bu nedenle toplumsal gerçeklikten uzak olarak değerlendirilmektedirler (Yaylagül, 2018, s. 53). Bir diğer ifade ile ana akım yaklaşımların kitle iletişim araştırmalarında etki üzerinde yoğunlaşması, iletişim sürecinin bağlamından koparılması, iletişim sürecinde verilen mesajların toplumsal kontrol, ikna ve propaganda amacı taşıması ve niceliksel verilere odaklanması gibi sebeplerle çok defa eleştirilmiş ve bu durum eleştirel yaklaşımların gelişmesine zemin hazırlamıştır (Yavuz, 2015, s. 28).

Liberal çoğulcu kurama aykırı bir yaklaşıma sahip olan eleştirel çalışmalar temelde Marx’ın kuramından etkilenmekle birlikte Marksist görüşten ayrılan çeşitli yaklaşımları da benimsemektedirler. Eleştirel yaklaşımı benimseyen kültürel çalışmalar ekolü kültür ve ideolojinin toplumsal yapının meydana gelmesi, dönüşümü ve sürdürülmesinde etkili olduğunu, kitle iletişim araçlarının egemen ideolojiyi kitlelere aktarma işlevinin bulunduğunu ifade etmektedirler. Eleştirel yaklaşımlar kökenli kültürel çalışmalar geleneği kitle iletişim araçlarının izleyiciler üzerindeki etkileri/ni araştırırken bireyin içinde bulunduğu sosyal sınıf ve bireyin kültürel özelliklerinin medya mesajlarını alımına esnasında etkili olan unsurlar olarak değerlendirmektedir (Yaylagül, 2018, s. 93). Buna göre medya metinleri toplumların davranış kalıpları ve olaylara bakış açıları bağlamında hegemonik iktidara yakın olarak oluşturulurken, medya içeriklerinin alımına esnasında toplumun kültürel, ideolojik yapısı ve sahip olduğu teknolojik imkanlar etkili olmakta, medya içeriklerinin kodlanması ve kodaçılması bu yapı çerçevesinde gerçekleşmektedir (Koçak ve Küçük, 2021, s. 260-261). Dolayısıyla eleştirel

yaklaşım kökenli kültürel çalışmalar ekolü; medya içeriklerine maruz kalan izleyicileri verilen mesajı doğrudan alan pasif ve edilgen kitle olarak görmemekte, bireylerin kültürel özellikleri ve ideolojilerinin medya mesajlarının alımlanması esnasında devreye girdiğini ve kitlelerin aslında iletişim sürecinin aktif bir unsuru olduğu görüşüne sahip bulunmaktadır.

İngiliz Kültürel İncelemeler ekolü ya da Birmigham Çağdaş Kültürel İncelemeler ekolü olarak adlandırılan akımın kurucusu Richard Hoggart olmakla birlikte ekolün dünya çapında popüler olmasını sağlayan isim Stuart Hall olmuştur. Hall, kitle iletişim araçlarının vermiş olduğu mesajların bireyler tarafından doğrudan kabul edilmediğini, medya içeriklerinin egemen okuma (tercih edilen okuma), tartışmalı okuma “müzakereli okuma” ve karşıt okuma “muhalif okuma” şeklinde alımlandığını ifade etmektedir (Hall, 1984, s. 128-138). Egemen okuma, izleyicinin mesajı sorgulamaksızın doğrudan alıp kabul ettiği okuma biçimi olarak ifade edilirken tartışmalı ya da müzakereci okuma mesajın kabul edilen ve reddedilen kısımlarının bulunduğu okuma şeklidir. Karşıt ya da muhalif okuma ise izleyicinin medya mesajının içeriğinde bulunan tüm anlam ve yan anlamları çözümlenerek ve bu mesaja karşıt bir yaklaşımla gerçekleştirdiği okuma biçimidir (Aydın, 2007, s. 125).

Hall (2005, s. 88), kodlama aşamasında üretilen anlamla izleyicinin kodaçıklama aşamasındaki anlam üretme etkinliklerinin daima simetrik olamayacağını da vurgulamaktadır. Söz konusu uyumsuzluğun temel nedeni, yayıncılarla izleyiciler arasındaki yapısal ilişki ve konum farklılıklarıdır. Hall’ün kodlama/kodaçıklama modelinde kitle iletişim araçlarının mesajlarının oluşturulması ve bu mesajların izlerkitle tarafından algılanması sürecinde ideoloji, kültür ve iktidar kavramlarının etkisine odaklanılmaktadır (Özçetin, 2010, s. 21). Bu bağlamda Hall, medya tarafından verilen anlam ile alıcı kitlenin anladığı anlamın her zaman örtüşmeyebileceğini savunur. Hall’e göre kitle sadece medya metinlerinin önerdiği anlamlara sıkışıp kalmamakta aynı zamanda kodaçıkladığı metinlerde kendi bakış açısına göre anlam aramakta, anlam çıkarmakta ve anlam üretmektedir (Mutlu 2005, s. 132).

Hall’un Kodlama- Kodaçıklama makalesine dayanılarak yapılan ilk araştırma David Morley’in *Nationwide* isimli çalışmasıdır. Morley ve Charlotte Brudson çalışmalarında BBC’de yayınlanan *Nationwide* adlı haber programının metin çözümlemesini yapmış ve metin içinde gizlenen egemen anlam ağlarını ve egemen okumaları ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır (Şeker, 2009, s. 107). Bu çalışma Hall’un görüşlerine paralel bir şekilde metinsel özelliklerin farklı okuma biçimlerini sınırlandırmadığı varsayımı üzerine kurulmuştur. Farklı izleyici gruplarının kendi toplumsal konumları dolayımı ile farklı okumalar yapacakları varsayımından hareket eden Morley ve Brudson, izleme sonrasında yapılan tartışmalarda katılanların söylediklerinden yola çıkarak belli sorunlar hakkında farklı görüşler taşıyıp taşımadıklarını anlamaya çalışmıştır (İnal, 1996, s. 157, 158). Morley, çalışmada herhangi bir ideolojik söylemin her zaman güvensiz ve eksik olduğunu sonucuna ulaşmakla birlikte hegemonya/astlık yapısını, direniş ve itaatin iç içeliğini görmezden gelmenin mümkün olamayacağını belirtmektedir (Şeker, 2009, s. 107).

Dolayısıyla alımlama analizi, medya içeriklerinde üretilen anlam ile izleyicilerin zihninde üretilen anlam arasındaki ilişkiyi analiz eden, bir diğer ifade ile medya mesajlarının izleyicileri ne ölçüde ve nasıl etkilediğini açıklamayı amaçlayan bir yöntemdir. İletişim sürecinde, iletinin gönderilmiş olması onun alıcıya ulaşacağını garanti etmemektedir. Kodlamadan kod açımına kadar iletişim sürecinin her anı kendi belirleyicilerine sahiptir. Dolayısıyla bir iletişim sürecini anlayabilmek için kodlama ve kod açımı anındaki anlam üretiminin yanı sıra karmaşık ilişkiler ağını ortaya koymak gerekmektedir (İrvan, 1997, s. 206).

4. COVID-19 Konulu Çocuk Resimlerinin Analizi

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışma televizyon haber programlarında COVID-19 salgını ile ilgili olarak çıkan haberlerin çocuk yaştaki izleyiciler tarafından nasıl algılandığının ortaya konulması amacıyla tasarlanmıştır. 12 Aralık 2019 tarihinde ilk olarak Çin'in Wuhan kentinde ortaya çıkan ve kısa sürede tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19, Dünya Sağlık Örgütü tarafından 11 Mart 2020 günü küresel salgın olarak ilan edilmiştir. 10 Mart 2020 günü Sağlık Bakanı Fahrettin Koca tarafından kamuoyuna Türkiye'deki ilk COVID-19 vakasının ortaya çıktığı ve alınması gereken önlemler konusunda bilgi verilmiştir. Ülkemizde ilk COVID-19 vakasının görülmesiyle birlikte kamusal önlemler arttırılmış, pek çok ilde sokağa çıkma kısıtlamaları, seyahat kısıtlamaları uygulanmış, Milli Eğitim Bakanlığı ve Yükseköğretim Bakanlığı tarafından eğitim öğretime ara verilmesi ve uzaktan eğitim sürecine geçilmesi hakkında karar alınmıştır. Salgın sürecinde hem geleneksel hem de yeni medya ortamlarında hastalıkla ilgili pek çok haber dolaşıma sokulmuştur. Salgın sürecinde sokağa çıkma kısıtlaması bulunan ve eğitim öğretimlerine de uzaktan eğitim yoluyla evden katılım sağlayan çocuklar televizyon, tablet veya telefon gibi teknolojik cihazlarla çok daha fazla zaman geçirmeye başlamışlardır. Bu durum çocukların COVID-19 hastalığı hakkındaki pek çok gerçek olan/olmayan habere maruz kalmalarına neden olmuştur. Kolay ulaşılabilir olması, ekonomik olması gibi pek çok sebeple ülkemizde halen en çok tercih edilen kitle iletişim aracı olan televizyonda yayınlanan COVID-19 haberlerinin çocukların algısal dünyalarında nasıl izler bıraktığının ortaya çıkarılması bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Çalışma nitel araştırma yöntemine göre tasarlanmış olup, alımlama analizi tekniği ile çocukların salgın sürecindeki medya içeriklerinden nasıl etkilendikleri ve salgın sürecini nasıl algıladıkları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Alımlama analizi, medya iletileri karşısında izleyici ya da okuyucunun aktif olduğu görüşünden hareketle, medyanın ürettiği anlam ile izleyici ya da okuyucunun ürettiği anlam arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktadır (Şeker, 2009, s. 106). Medya iletilerinin izleyiciler tarafından nasıl okunduğunu ortaya koymaya çalışan alımlama yöntemi Stuart Hall'ün "kodlama-kodaçımı" modeline dayanmaktadır. Alımlama yönteminde medya mesajının alıcısı olan izleyicilere odaklanılmakta, izleyici "anlam üreticisi" olarak aktif konumda bulunmaktadır. Dolayısıyla medya mesajları her bir izleyici tarafından farklı anlamlandırılabilir (Serttaş, 2014, s. 305). Alımlama tekniği 1960'lı yıllardan itibaren Kültürel Çalışmalar geleneğini içerisinde ortaya çıkan ve etki kuramlarının izleyiciyi pasifize eden yaklaşımından farklı olarak izleyicileri kendi seçimleri ve tepkileri bulunan aktif medya okuyucuları olarak gören modern bir anlayışa dayanmaktadır (McQuail ve Windahl, 1997, s. 155).

Bu çalışmada medya tüketicisi olan çocukların, yaptıkları resimler vasıtasıyla COVID-19 salgınından ne ölçüde etkilendikleri ve salgının zihinlerinde nasıl bir yer edindiğini tespit etmek amaçlanmıştır. Çalışmada çocukların COVID-19'u resim yoluyla tanımlamalarının tercih edilmesinin temel nedeni; çocuğun dış dünyaya kendisini yansıtması ve olaylar hakkındaki duygu ve düşüncelerini ifade etmesinde, yalın bir anlatım aracı olan resmin öneminin büyük olmasıdır. Çocuk resimlerinin başlıca önemi, çocuğun düşünce şeklini ve içeriğini yansıtmasıdır. Çocuklar, resim yoluyla kendi iç dünyalarının bir parçasını yansıtmakta, olaylar hakkındaki duygu, düşünce ve görüş biçimlerini dile getirmektedir (Yavuzer, 1993, s. 5, 11, 13). Çocukların iç dünyası hakkında bilgiler almak için uzun zamandır resimlerden faydalanılmakta, 18. Yüzyıldan bu yana çocuk resimleri üzerine araştırmalar

yapılmaktadır (Halmatov, 2015, s. 10). Çocukların yapmış oldukları resimler neler düşündüklerini, etrafında olup bitenlerle ilgili yorumlamaları hakkında bilgi verebilir (Savaş, 2015).

Bu çalışmada da COVID-19 salgınının 6-9 yaş aralığı çocuklar tarafından nasıl algılandığının tespiti için resim yapma tekniği kullanılmıştır. Bu yaş grubunun seçilmesinin sebebi hem Şema Öncesi Dönemi hem de Şematik Dönemi içine almasıdır. Bu doğrultuda 6-9 yaş aralığında bulunan 112 çocuğa “COVID-19 nedir?” şeklinde soru yöneltilerek, çocukların konu hakkında resim yapmaları istenmiştir.

Araştırma kapsamında ebeveynlerle yapılan görüşmelerde ebeveynlere ilk olarak “Çocuğunuz televizyon izliyor mu?” sorusu yöneltilmiş, bu soruya evet yanıtı veren ebeveynlere “Çocuğunuzun günlük televizyon izleme süresi ne kadardır?” sorusu sorulmuştur. Ebeveynleri tarafından günlük olarak 3-4 saatten fazla televizyon izlediği ifade edilen çocuklar araştırmaya dahil edilmiştir. Bu sebeple çalışma Türkiye genelinde 6-9 yaş aralığındaki ve günde 3-4 saatten fazla televizyon izleyen 112 çocuk katılımcı ile sınırlandırılmıştır.

Salgının devam ediyor olması sebebiyle çocuklarla yüz yüze iletişim kurulamamış, çocukların ebeveynlerine ulaşılarak çalışma hakkında gerekli bilgilendirmeler yapıldıktan sonra ebeveynlerden çocuklarının yapacakları resimlerin fotoğraflarını dijital ortamda araştırmacılara göndermeleri istenmiştir. Ayrıca, çocukların resimlerde kullandıkları renklerin çeşitli psikolojik anlamlarının bulunması sebebiyle katılımcılardan renkli boya kalemi kullanılarak resim yapılması istenmiştir. Araştırmanın amacı ve sonuçları hakkında ebeveynler bilgilendirilmiş, araştırmaya katılım gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleşmiştir.

4.3. COVID-19 Temalı Resimlerin Analizi

Çocukların salgın sürecinde medya içeriklerinden ne şekilde etkilendiklerini ortaya koymak amacıyla gerçekleştirilen çalışmada 6, 7, 8 ve 9 yaş gruplarından toplam 112 çocuğa ulaşılmıştır. Tablo 1’de çalışmaya dahil olan çocukların yaşları ve cinsiyetleri detaylı olarak yer almaktadır.

Tablo 1. Çocukların Yaş ve Cinsiyete Göre Dağılımı

	6 Yaş	7 Yaş	8 Yaş	9 Yaş	
Kız	14	10	16	24	64
Erkek	12	10	4	22	48
TOPLAM	26	20	20	46	112

142 çocuğun yaptığı resimlerde Virüs, Hijyen, Maske, Sosyal Mesafe, Hasta İnsan, Hastane/ Sağlık Personeli, Okul Özlemi, Oyun/Sosyal Yaşam Özlemi ve Gökkuşluğu olmak üzere 9 tema tespit edilmiştir. Tespit edilen temaların cinsiyete göre dağılımı Tablo 2’de detaylandırılmıştır. Elde edilen sonuçlar incelendiğinde “hijyen” ve “maske” temaları dışında cinsiyete yönelik belirgin bir fark gözlenmemiştir.

4.3.1. COVID-19 Konulu Resimlerde Ön Plana Çıkan Temalar

İncelenen resimlerde ön plana çıkan temalar Tablo 2’de cinsiyetlerin kendi içinde yaş dağılımına göre incelenmiştir. 6 yaş grubunda yer alan çocukların kendi yaş dağılımına göre çoğunlukla “virüs” resmi yaptığı gözlenmiştir. Şema öncesi dönemde bulunan 6 yaş grubu çocuklar, kendi duygu ve düşüncelerini ortaya koyacak girişimlerde bulunmaya başlamışlardır. Yine bu yaş grubu çocuklar temelde insan objesi çizmektedir ancak yakın çevresinde ilişkide olduğu çok sayıda objeyi de çizmeye başlamıştır (Yavuzer, 1993, s. 42-43). Söz konusu yaş grubunda olan çocuklardan COVID-19 Salgını konusunu resmetmeleri istendiğinde çoğunluğunun virüs resmi çizmesi, şema öncesi evrede bulunmalarıyla da ilgilidir. Aynı yaş grubunda diğer temalarda kategorilendirilen resimlerin neredeyse hepsinde virüs resmi bulunmaktadır. Bu virüslerin çoğunluğu kırmızı renkli çizilmişken yeşil renk çizilen virüsler de gözlenmiştir. Venger (2011) resimde kırmızı rengin fazla kullanan çocuğun bulunduğu ortam içinde geçici kaygının ve duygusal gerilimin olduğuna işaret ettiğini belirtmiştir (akt, Halmatov, 2015, s. 30). Böylelikle sürecin nasıl şekilleneceğine dair belirsizliğin çocukları da etkisi altına aldığını söylemek mümkündür.

Şekil 2.’de yer alan resimde geçen “Corona virüsü yarasa çorbasından çıktı” yazısı ve çekik gözlü insan karakteri ise medyada yer alan Çin’e yönelik olumsuz hatta nefret söylemlerinin çocuklar üzerindeki tesirine örnek teşkil etmektedir. Çocuklar için görsel bir oyunca işlevi gören televizyonda yer alan yetişkin içerikleri yani haberler şüphesiz çocuklar üzerinde iz bırakmaktadır. Çalışmanın literatür kısmında da belirtildiği gibi televizyonun çocuklar üzerindeki etkileriyle ilgili yapılan çalışmalar çoğunlukla sosyal öğrenme kuramına atıp yapmaktadır. Bu kurama göre çocukların olaylara bakış açısı ve davranışları gözlemledikleri olaylar etrafında şekillenmektedir (Bandura ve McDonald, 1963, s. 280). Şekil 2’deki resmi yapan çocuğun Çin halkına karşı ön yargıyla gelişimini tamamlayacağını söylemek mümkündür.



Şekil 1.

Şekil 2.

Tablo 2. COVID-19 Konulu Resimlerde Ön Plana Çıkan Temalar

	Kız	Erkek
Virüs	17	18
Hijyen	12	7
Maske	8	4
Sosyal Mesafe	5	3
Hasta İnsan	1	2
Hastane/Sağlık Personeli	4	4
Okul Özlemi	2	1
Oyun/Sosyal Yaşam Özlemi	12	8
Gökkuşluğu	1	1
Toplam	64	48

4.3.2. Erkek Çocukların Yaşlarına Göre COVID-19 Konulu Resimlerde Belirginleşen Temalar

Toplam 112 çocuğun katılımıyla gerçekleştirilen çalışmada 6-9 yaş aralığında 48 erkek çocuk, COVID-19 temalı resim yapmıştır. Çalışmanın önceki kısımlarında da belirtildiği gibi çocukların yapmış oldukları resimler 9 başlık altında toplanmıştır. Bu bağlamda COVID-19 konusunu 6-9 yaş aralığındaki çocukların söz konusu temalar etrafında alımladığı tespit edilmiştir. Erkek çocukların yaş grupları gözetilerek resimlerinde hangi temaları ön plana çıkardığı Tablo 3'e bakıldığında detaylı görülecektir. Tabloda da görüleceği gibi çocukların geneli virüsün kendisini yani salgının öznesini resimlerine taşıdığı tespit edilmiştir. Virüs temalı resme en fazla yer veren çocuklar 9 yaş grubuna dahildir. Maske temalı resimler ise yalnızca 6 ve 9 yaş grubu çocukların resimlerinde yer almıştır. Sosyal mesafenin resmedildiği yaş grubu ise 8 ve 9 olarak gözlenmiştir. Bilinç ve toplumsal duyarlılığın söz konusu olduğu "sosyal mesafe" temasının daha büyük yaş grupları tarafından alınılarak resmedilmesi beklenen bir durumdur. Yine benzer bir şekilde "hasta insan" temasını yalnızca 9 yaş grubu çocuklar çizmiştir. Çocukların 8'i oyun ve sosyal yaşam özelemlerini COVID-19 temalı resimlerinde ön plana çıkartarak, salgına yönelik algılarını bu çerçeve etrafında belirginleştirmiştir. Erkek çocuklardan yalnızca bir tanesinin "gökkuşluğu" temasıyla salgını resmettiği gözlenmiştir. Bu sonuçlara bakıldığında erkek çocukların neredeyse hepsinin salgına yönelik kaygılı oldukları ve resimlerini olumsuzluklar çerçevesinde yaptıklarını söylemek mümkündür.

Örneğin Şekil 3.'deki resmi yapan 9 yaşında bir erkek çocuğudur. Yapılan resmin ana teması virüsdür ancak virüsü "bulaşıcı" ve "etkisini kaybeden" şeklinde iki kategoride ele almıştır. Mavi renkle çizdiği resimde virüs yani etkisini kaybeden virüsün bulaşıcılığını kaybetmesindeki etkenleri hijyen malzemeleri olarak ele almıştır. Kırmızı renkte çizdiği bulaşıcı virüste ise çocuk virüsü konuşturarak sarılmaya ve tokalaşmaya devam etmenin yani sosyal mesafenin gözetilmemesinin salgını devam ettirdiği çerçevesini resminde aktarmıştır. Resimde sağ üst köşede doğa resmi yer almıştır, tüm bunlar yaşanırken doğanın insanlardan arındığına dikkat çeken çocuk resminin bir köşesinde mutluluğu barındırırken resmin neredeyse tamamında virüsün etkisine ve hasta insanlara yoğunlaşmıştır. Bunlardan kurtulmanın yolu ise hijyen ve sosyal mesafeden geçmektedir. Resimde dikkat çeken bir başka husus büyüklerin dünyasında salgının yorumlanma biçiminin çocukların resminde de

aynı şekilde yer almasıdır. Resimde mavi renkli virüsün yanında 80 derece alkollü kolonya şişesi geçmektedir. COVID-19 sebebiyle sosyal izolasyon sürecinin başlangıcında kolonyanın virüs üzerinde etkili olduğuna yönelik açıklamaların² içinde bu etkinin artmasında alkol oranının da etkisi konuşulmuştur. Resimde yer alan kolonyanın üzerindeki alkol derecesi resmi yapan çocuğun da algısında bu ayrıntının oluştuğuna dikkat çekmektedir.



Şekil 3.

Tablo 3. Erkek Çocukların Yaşlarına Göre COVID-19 Konulu Temaların Dağılımı

	7 Yaş	7 Yaş	8 Yaş	9 Yaş	TOPLAM
Virüs	6	4	1	7	18
Hijyen		2		3	5
Maske	2			3	5
Sosyal Mesafe			2	2	4
Hasta İnsan	1		1		2
Hastane/Sağlık Personeli				4	4
Okul Özlemi				1	1
Oyun/Sosyal Yaşam Özlemi	2	3		3	8
Gökkuşáğı	1				1
					48

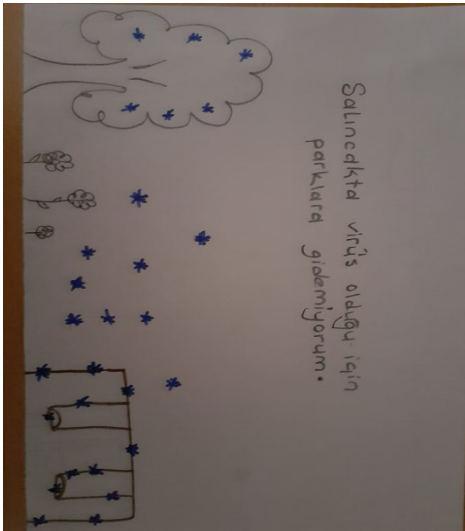
4.3.3. Kız Çocukların Yaşlarına Göre COVID-19 Konulu Resimlerde Belirginleşen Temalar

6-9 yaş aralığı 64 kız çocuğun COVID-19 konulu yapmış oldukları resimlerden ön plana çıkan tema resimlerin tümünde olduğu gibi "virüs"tür. Kız çocuklarının yapmış oldukları resimlerde virüsten sonra ön plana çıkan ikinci temanın "hijyen" olduğu görülmektedir. Her yaş grubundan kız çocuğunun hijyen temalı en az bir resim tespit edilmiştir. Erkek çocukların yapmış olduğu resimlerde "hijyen" temasının daha az yer alması toplumsal cinsiyet rolleriyle ilgili olması muhtemeldir. Taklit cinsiyet

2 <https://www.dha.com.tr/istanbul/karaborsaya-dustu-bir-yilda-satamadigimizi-bir-saatte-tukettik/haber-1759564>, Erişim Tarihi: 20.04.2020

rollerinin öğrenilmesinde önemli bir rol oynamaktadır. Toplumsal öğrenme kuramına göre çocuklar kendisiyle aynı cinsten anne-babayı daha uygun model olarak görmektedir (Vatandaş, 2011, s. 34-35). Temizlik ve hijyen kadının cinsiyet rolleri arasında yer almaktadır, kız çocuklarının ev ile ilgili sorumluluklarının erkek çocuklara göre daha fazla olduğu belirlenmiştir (Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, 2011). Yine Lenove Weitzman ve arkadaşları yapmış oldukları bir çalışmada okul öncesi dönem çocukların en çok okudukları kitaplarda toplumsal cinsiyet unsurunu belirlemişlerdir. Çalışmanın sonucunda kızların edilgen ve çoğunlukla ev işleri ile uğraşan, temizlik yapan olarak tasvir edildikleri tespit edilmiştir (Giddens, 2008). Sosyal hayattan izole yaşamlarının her anını evde anne ve babasıyla geçiren çocuklar kendisiyle aynı cinsten olan anne ve babayı taklit ederek onun evde almış olduğu sorumluluğu gerek taklit gerekse bilişsel öğrenme yoluyla benimsemektedir. Bu kabulün izleri çocukların resimlerinde de yer almıştır.

Yapılan resimler arasından ön plana çıkarılan bir diğer tema ise her yaş grubu kız çocuğundan eşit olmak kaydıyla (3) "oyun/sosyal yaşam özlemi"dir. Çocuklar arkadaşlarına, parklara özlemlerini resimleriyle dile getirmiştir (Bkz. Şekil 4. ve Şekil 5.). Şekil 6.'da görülen resim 9 yaşında bir kız çocuğuna aittir. Resmin temel çatısını güneşin etrafında şekillenen "Evde Kal Hayat Eve Sığar" sloganı oluşturmuştur. Bunun altında kalan kız, resmeden çocuğun kendisidir. Çocuk TV ekranlarında gördüğü sloganlar etrafında zihin dünyasında olayları anlamlandırmaya çalışsa da kendisini solundaki hastane ve sağındaki evin arasında kalmış şekilde yansıtmıştır. Resimde dikkat çeken önemli bulgu ise çocuğun evi "ev hapsi" şeklinde tanımlamış oluşudur. Çocuğun hastaneye gitmemek yani hasta olmamak için evinde hapsolması gerekmektedir. Bu arada kalmışlığına rağmen yazdığı sloganda umuda doğru bir çıkış aradığını söylemek mümkündür.



Şekil 4.



Şekil 5.



Şekil 6.

Şekil 7.'de yer alan resim 8 yaşında bir kız çocuğu tarafından çizilmiştir. Çocukların ruh hallerini ve olaylarını bakış açısının anlaşılabilmesi için resim yaparken renkli kalemleri kullanmaları istenmiş olmasına rağmen bu çocuğun kara kalemle resim yapmayı tercih ettiği görülmektedir. Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı'nın tarihi olan 23 Nisan pankartının bir evin camına yapıştırıldığı ve çocuğun bu camdan dışarıya baktığı bu resim, resmi yapan çocuğun mutsuzluğunu göstermektedir. Resmin kara kalemle yapılmış olması da bu hissiyatı desteklemektedir. Alıştıkları hayatlarından uzakta evlerinde kalan çocuklar bu süreci anlamlandırmaya çalışırken vermiş oldukları mücadele resimlerin tamamında izlenmiştir.



Şekil 7.

Tablo 4. Kız Çocukların Yaşlarına Göre Korona Konulu Temaların Dağılımı

	6 Yaş	7 Yaş	8 Yaş	9 Yaş	TOPLAM
Virüs	3	4	5	7	19
Hijyen	4	1	2	6	13
Maske	1		1	6	8
Sosyal Mesafe			2	2	4
Hasta İnsan	1				1

Hastane/ Sağlık Personeli		1		3	4
Okul Özlemi	1		1		2
Oyun/ Sosyal Yaşam Özlemi	3	3	3	3	12
	1				1
					64

4.3.4. Resimlerde Kullanılan Sloganlar

COVID-19 ile mücadele kapsamında tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de çok kapsamlı değişikliklere gidilmiştir. Gerek sosyal gerekse profesyonel hayattan izole bireylerin yanı sıra çocuklar da okul ve arkadaşlarından uzak kalarak zamanlarının neredeyse tamamını ev ortamında geçirmeye başlamıştır. Ne olduğunu bilmeyen ve “bir hastalık” yüzünden bilindik hayatlarına veda eden çocuklar da kendi dünyalarında bir mücadele sürecine girmiştir. Bu süreçte TV ekranlarında gördükleri olayları zihin dünyalarında anlamlandırmaya çalışan çocukların, gördükleri medya metinlerinden etkilenmesi kaçınılmazdır. Kaiser Aile Vakfı’nın yaptığı 2000 çocuk ile yaptığı Ocak 2010 tarihli bir araştırma raporunda ABD’deki ortalama bir çocuk günde 8 saat medya kullanmakta ve bunun beş saatini televizyon izleyerek geçirdiği tespit edilmiştir (Kaiser Aile Vakfı, 2010). Bu tespit tüm dünya için geçerlidir dahası COVID-19 süresince bu rakamlarda artış olması muhtemeldir. Burada önemli bir sorun ortaya çıkmaktadır, çocukların psikososyal ve zihinsel açıdan zayıf olmaları, yaşadıklarını yetişkinler gibi sorgulayamamaları, televizyonda şahit oldukları görüntülerin ya da tutumların etkisinde daha kolay kalmalarına ve bunları etraflarına yansıtmasına sebep olmaktadır (Altınkılıç ve Özkan, 2014, s. 192).

COVID-19 salgınının başlamasıyla birlikte evlerinde izole bir hayat sürmeye başlayan yetişkinler de umutsuzluğa kapılıp, endişeye düşmüştür. Toplumun tümünün bu zorlu sürecin üstesinden gelebilmesi için oluşturulan kamu spotları, sloganlara televizyon ekranlarında sıklıkla yer verilmiştir. Çocukların resimlerinde de bu sloganlardan bazılarını rastlanmıştır. Böylelikle resimler umutsuzluk, üzüntü içerse de yazılan sloganlar, çocukların hayata tutunmaya çalıştığını göstermektedir.

- *Evde Kal Türkiye, Sosyal Mesafeyi Koruyalım*
- *Hayat Eve Sığar*
- *Evde Kal*
- *Koronayı Bırak Hayatı Bırakma*
- *Korona Virüs Alacağınız Tedbirlerden Daha Güçlü Değildir*
- *Hep Beraber Bu Virüsü Yeneceğiz*
- *Arana Mesafe Koy*
- *Evde Hayat Var*

Sonuç

2019 yılının Aralık ayında Çin'in Wuhan kentinde başlayan ve tüm dünyayı etkisi altına alan COVID-19 salgınının uzaması bireylerin sosyal hayattan izole olmalarını beraberinde getirirken, salgına ilişkin gelişmelerden haberdar olmak amacıyla eskisinden çok daha fazla medya içeriği tüketmelerine neden olmuştur. Olağanüstü durumlarda, kitle iletişim araçları tarafından verilen mesajların kitleler üzerinde adeta sihirli bir mermi etkisi gösterdiği düşünüldüğünde, sürekli ekranlardan vakaları ve gelişmeleri izleyen (özellikle sosyal hayattan daha katı şekilde izole olunan dönemde) bireylerin yanı sıra, onlarla birlikte karantinaya giren çocukların mevcut durumdan etkilenmesi kaçınılmazdır.

Ebeveynleri veya akrabaları ile evlerinde sosyal hayattan izole yaşamaya başlayan çocukları derinden etkileyen bu değişiklik stres ve kaygıya sebep olabilmektedir. Nitekim açıklanamayan ve öngörülemeyen davranışlara maruz kalma, çocuklar tarafından bir tehdit olarak algılanmakta ve bu da bir kaygı durumuna neden olmaktadır. 2 yaşından küçük çocuklar dahi düzenli bakıcıların (örneğin büyükanne ve büyükbabalar) yokluğunu fark edecek ve huzursuz ve üzüntülü hale gelip geri dönüşlerini isteyecektir (Dalton, vd., 2020, s. 347). Dolayısıyla bu küresel durumun anlık ve uzun vadeli psikolojik etkilerini, özellikle dünyanın %42'sini oluşturan çocuklar ve gençleri göz önünde bulundurarak tespit etmek gerekmektedir. Çocukların olayların dramatik etkisine kayıtsız olmadığı bilinmekle birlikte; onların korkular, belirsizlikler, fiziksel ve sosyal izolasyon, vb. konulardaki duygularını anlamak, doğru bir şekilde ele almak oldukça önemlidir. 2020 Şubat ayında Shaanxi Eyaletinde yapılan bir çalışmada 3- 18 yaş arası 320 çocuk ve ergenin (168 kız ve 142 erkek) psikolojik ve davranışsal sorunları incelenmiştir. Çalışma sonucunda dikkat dağınıklığı, sinirlilik ve salgına ilişkin korkuya yönelik bulgular tespit edilmiştir (Döğür ve Kılınc, 2021, s. 482). Akoğlu ve Karaaslan tarafından gerçekleştirilen "*Covid-19 ve İzolasyon Sürecinin Çocuklar Üzerindeki Olası Psikososyal Etkileri*" başlıklı çalışmada çocukların salgın gibi öngörülemeyen olaylar neticesinde kısa ve uzun dönemli olumsuz psikososyal etkilerle karşı karşıya kaldıkları belirtilmiştir. Çocukların kriz veya travma durumlarında verdikleri tepkiler "*Yaşanan olayın doğası ve ölüm, yıkım ve hasar miktarı; Çocuğun kendisinin ve ailesinin mevcut duruma dâhil olma derecesi; Çocuğun kendisinin ve tüm toplumun olayın yaşanmasından önceki dönemde olduğu gibi güvenli ve konforlu rutinlere dönebilmesi için geçen süre; Stres etkeninin bir kez karşılaşılan ya da kronik bir olay olup olmaması; Çocuğa bakım veren kişilerin başa çıkma beceri düzeyleri; Çocukların önceden var olan zihinsel sağlık, gelişim düzeyi, temel duyarlılık ve başa çıkma becerileri; Yaşanan olayı takip eden ikincil stres etkenlerinin ve kayıpların niteliği*" (Schonfeld ve Demaria'dan akt. Akoğlu ve Karaaslan, 2020, s. 101) gibi unsurlar tarafından belirlenmektedir. Öngörülemeyen bir durum olan COVID-19 salgın süreci çocukları yetişkinlerden çok daha dramatik boyutlarda etkilemektedir. Bu çalışmada da Türkiye'de yaşayan çocukların salgın sürecini nasıl algıladıkları, çocukların yaptıkları resimler analiz edilerek tespit edilmeye çalışılmıştır.

Resimleme tekniğinin kullanıldığı çalışmada 112 çocuğun %39,2'si virüs öznesinin kendisini resmederek diğer temalara bu çerçevede içinde yer vermiştir. Çocuklar bulaşıcı olarak nitelendirdikleri virüsü resmederken kırmızı rengi kullanmış mavi rengi ise etkisi azalmaya başlayan, yok olan virüsü çizerken kullanmışlardır. Çocuk resimlerinde kullanılan renklerin psikolojik anlamları bulunmaktadır. Özellikle ilk gelişim evresini tamamlayan dört yaşından büyük çocuklar renk seçimlerini bilinçli olarak yapmaktadırlar (Afşaroğlu ve Eren, 2017, s. 160). Çocuk resimleri analiz edilirken resimde kullanılan renklerin de analiz edilmesi önemlidir. Nitekim "resimde kullanılan renkler onların psikolojik durumları hakkında ipuçları vermektedir" (Büyükalın Filiz vd. 2018, s. 522). Halmatov, resimde kırmızı

rengin sıklıkla kullanılmasının çocuğun yaşadığı ortamda kaygı ya da gerilim durumunun varlığını gösterdiğini belirtmektedir. Yine kırmızı rengin diğer koyu renklerle sıklıkla bir arada kullanılması depresif ruh halinin göstergesi kabul edilmektedir (2018, s. 30). Çalışma kapsamında analiz edilen resimlerin büyük çoğunluğunda çocukların virüs çizerken kırmızı renk kullandıkları görülmüştür. Bu durum çocukların salgına ilişkin kaygılarını ortaya koymaktadır. Ayrıca yapılan analiz sonucunda çocukların sağlıklı günleri tasvir ederken sıklıkla mavi renk kullandıkları görülmüştür. Anlamsal olarak değerlendirildiğinde mavi renk huzuru sembolize etmektedir.

Çalışmada elde edilen önemli bir bulgu ise 112 resim içerisinde sadece 2 resimde olumlu bir tema olarak tanımlanabilecek “gökkuşağına” yer verilmesidir. Karantina sürecinin 23 Nisan Ulusal Egemenlik ve Çocuk Bayramı’na rastlaması ve çocukların bayramı olarak nitelendirilen bu günün evde geçirilmesinden, çocukların olumsuz etkilenmesini en aza indirmek için ülke genelinde bir hareket başlatılmıştır. Bu harekette çocukların gökkuşağı resmi çizip, evlerinin camlarına asma teşvik edilmiştir. Ancak çalışmada incelenen 110 resimde gökkuşağı temasına rastlanmamıştır. Bu sonuca bakıldığında çocukların karantina süresince yaptıkları ev içi aktivitelerinin çocuk psikolojisi için olumlu bir hale getirilmek istense de, çocukların zihninde salgının olumsuz hissiyatının devam ettiğini söylemek mümkündür.

Zira çalışmanın örneklemini oluşturan 112 çocuğun %22,4’ünün resimlerinde “oyun/sosyal yaşam özlemi” içeren temaya yer verdikleri tespit edilmiştir. Gündelik hayatlarına dair alışkın oldukları her şeyden uzaklaşarak güvenli alan olarak gördükleri evlerinin hayatının tamamını kaplamaya başlamasının çocukların algılarında karmaşa yaratması muhtemeldir. Sosyal hayatlarından, arkadaşlarından uzak o/lan çocukların büyük kısmının buna özlem duyduğu çalışmada elde edilen bulgular arasında yer almaktadır. Çocukların sadece 3’ünün okula özlem duyması dikkat çeken bir diğer bulgudur. “Şema öncesi” ve “şematik dönem” içinde olan 6-9 yaş aralığındaki örneklemini oluşturan çocukların henüz okula dair bir bağlılık hissetmediklerini söylemek mümkündür.

Çalışmada elde edilen bir diğer önemli bulgu ise ülkenin genelinde hakim olan “hijyen” temasının erkek çocuklarının yapmış olduğu resimlerin %2,4’ünde yer alırken, kız çocuklarının yapmış olduğu resimlerin %8,32’sinde bulunuyor olmasıdır. Bu sonuçlara bakıldığında söz konusu yaş grubu çocuklarda toplumsal cinsiyet rollerinin belirginleşmeye başladığını söylemek mümkündür. Hijyen, temizlik ögesi içinde yer alan bir tema olarak değerlendirildiğinde kız çocuklarının bu temayı daha belirgin bir şekilde zihinlerinde kodlamaya başladığı resimlerde gözlenmiştir.

Resimlerin tamamında yer alan temaların TV ekranlarında yer alan iletiler ekseninde şekillendiği görülmektedir. Henüz gerçekliği yeterli ölçüde muhakeme edip anlamlandıramayan çocukların, COVID-19’a ilişkin algıları yetişkinlerin dünyasında yer alan temalar etrafında şekillenmiştir. Bu temaların tamamını oluşturan virüs ise onları dışarıdan ve arkadaşlarından uzaklaştırarak, mutsuz etmektedir. Çalışmanın örnekleme grubunu oluşturan çocukların resimlerinde ne kadar “Hayat Eve Sığar”, vb. umut aşıl原因 sloganlar yer alsada Şekil 7.’deki resimde de görüleceği gibi pencerelerin ardından geleceğe korkuyla bakan çocuklara rastlanmıştır. Bu korku yetişkinlerin dünyasına hitap eden televizyon iletileriyle güçlenerek çocukları “acımasız dünya sendromu”na maruz bırakması muhtemeldir.

Kaynakça

- Akkuş, S.Y., Yılmaz, Y., Şahinöz, A. ve Sucaklı, İ. A. (2015). "3-60 Ay Arası Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıklarının İncelenmesi", *Hacettepe University Faculty of Health Sciences Journal*, Uluslararası Katılımlı 3. Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Kongre Kitabı.
- Akoğlu, G. ve Karaaslan B. T. (2020). "COVID-19 ve İzolasyon Sürecinin Çocuklar Üzerindeki Olası Psikososyal Etkileri", *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 5(2): 99-103.
- Aksaçlıoğlu, A. G. ve Yılmaz, B. (2007). "Öğrencilerin Televizyon İzlemeleri ve Bilgisayar Kullanımlarının Okuma Alışkanlıkları Üzerine Etkisi", *Türk Kütüphaneciliği Dergisi*, 21(1): 3-28.
- Altınkılıç, Z. ve Ozkan, H. (2014). "Televizyon İzlemenin 1-6 Yaş Çocuk Sağlığı Üzerindeki Etkilerine Yönelik Annelerin Tutum ve Davranışlarının Belirlenmesi", *İzmir Dr. Behçet Uz Çocuk Hast. Dergisi*, 2014; 4(3): 186-194.
- Bandura, A., McDonald, F. (1963). "Influence Of Social Reinforcement And The Behavior Of Models İn Shaping Children's Moral Judgments", *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67(3), 274-281
- Burton, G. (1995). *Görünenden Fazlası*. (Nefin Dinç, Çev.), İstanbul: Alan Yayıncılık.
- Büyükalın F., Cancan, D. A. ve Kansu Çelik, F. (2018). "Suriye'li Çocukların Suriye'ye Bakış Açıklarına İlişkin Resimlerinin Analizi", *KEFAD Dergisi*, 19(1): 519-536.
- Chevron, N. T. (2011) Medyanın Şiddete Dayalı İşleyişi ve Çocukların Maruz Kaldıkları Olumsuzluklar. **Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı**. (Mustafa Ruhi Şirin, Haz.), 185-209. Çocuk Vakfı Yayınları: İstanbul.
- Demirel, İ. N. (2107) "Ortaokul Öğrencilerinin Cinsiyet Değişkenine Göre Şiddet İçerikli Programlara Yönelik Tutumları ve Kişilik Özelliklerinin Resim Çalışmalarına Yansımaları", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33(2): 382-401.
- Doğan, A. ve Göker, G. (2012). "Tematik Televizyon ve Çocuk: İlköğretim Öğrencilerinin Televizyon İzleme Alışkanlıkları", *Milli Eğitim Dergisi*, 42 (194), 5-30.
- Döğ, S. S. ve Kılınc, F. E (2021). "4-6 Yaş Çocuğa Sahip Ailelerin Covid-19 Pandemi Sürecinde Çocukları ile İletişimlerinin İncelenmesi", *IBAD Sosyal Bilimler Dergisi*, (10), 480-496.
- Ertürk, Yıldız D. (2011). "Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı", *Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı*. (M. Ruhi Şirin, Haz.), İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Geçer, E. (2015). *Medya ve Popüler Kültür Diziler Televizyon ve Toplum*. İstanbul: Metamorfoz Yayıncılık.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., Shanahan, J. (2002). "Growingup With Television: Cultivationprocesses", *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Jennings. (Bryant, Dolf Zillmann, Jennings Bryant, Mary Beth Oliver, Ed.), New York: Routledge
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N. (1982). "Charting the Mainstream: Tv's Contributions to Political Orientations", *Journal of Communication*, 32(2): 100 -127.
- Giddens, A. (2008). *Sosyoloji*. (C. Güzel, Çev. Ed.), İstanbul: Kırmızı Yayınları
- Gülerarslan, A. (2014). "Reklamın Çocukça Anlamlandırılması", *Selçuk İletişim Dergisi*, 8(2): 132-148.
- Gündüz, T., Akyüz, A. N. ve Büyükaşahin Sunal, A. (2020). "Çocuk ve Ergenlerde Televizyon İzleme Sıklığı ve Toplumsal Cinsiyet Kalıpyargıları: Ekme Kuramı Bağlamında Bir Derleme Çalışması", *Nesne Dergisi*, 8(17): 333-358.
- Hall. S. (2005). *Kodlama, Kodaçımama*. (Yiğit Yavuz, Çev.; Şahinde Yavuz, Der.), Medya ve İzleyici Bitmeyen Tartışma, Ankara: Vadi Yayınları.

- Halmatov, S. (2018). *Çocuk Resimleri Analizi ve Psikolojik Resim Testleri*. Ankara: Pegem Yayınları.
- Hiçyılmaz, Y., İnci, M. A., Seven, S. (2015). "7-10 Yaş Grubu Çocukların Şiddet Algılarının Resimler Aracılığı İle Sosyal Güçler Bağlamında Değerlendirilmesi", *Turkish Studies*, 10(15): 503-518.
- İnal, A. (1996). *Haber Okumak*. İstanbul: Temuçin Yayınları.
- İrvan, S. (1997). "Eleştirel Yaklaşımlarda İzleyici Araştırmaları: Bir Yöntem Olarak Alımlama Çözümlemesi", *AÜ, İLEF Yıllık* 94-95, 205-223.
- Jiao, W. Y., Wang, L. N., Liu, J., Fang, S. F., Jiao, F. Y., Pettoello-Mantovani, M., Somekh, E. (2020). "Behavioral and emotional disorders in children during the COVID-19 epidemic", *Journal Pediatr*, Jun 2021: 264–266
- Kabali, H.K., Irigoyen, M.M., Nunez Davis, R., Budacki, J.G., Mohanty, S.H., Leister, K.P. Bonner, R.L. (2015). "Exposure And Use Of Mobile Media Devices By Young Children", *Pediatrics*, 136: 6, 1044-1050.
- Koçak, M. C. ve Küçük, O. (2021). "Kodlama-Kodaçıklama Bağlamında "Yasak Elma" Dizisinin Alımlama Analizi", *Journal of Humanities and Tourism Research*, 11(2): 256-271.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1997). *Kitle İletişim Modelleri*. (K. Yumlu, Çev.), İmge Kitabevi: Ankara.
- Mustafaoğlu, R., Zirek, E., Yasacı, Z., Razak Özdinler, A. (2018). "Dijital Teknoloji Kullanımının Çocukların Gelişimi ve Sağlığı Üzerinde Olumsuz Etkileri", *Addicta: The Turkish Journal On Addictions*, 5(2): 227-247.
- Mutlu, E. (2005). *Globalleşme, Popüler Kültür ve Medya*. Ankara: Ütopya Yayınevi.
- Özçetin, B. (2010). "Kullanımlar ve Doyumlar"dan İzlerle Sosyolojisine: Türkiye'de İzlerle Çalışmaları", *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 8(2): 9-46.
- Postman, N. (1995). *Çocukluğun Yokluğu*. (Kemal İnal, Çev.), İmge Kitabevi: Ankara.
- Rasmusen, M.G.B, Petersen J., Olesen, L.G., Brage, S., Klakk, H., Kristensen, P., Brond, J.C., Grontved, A. (2020). "Short-term Efficacy of Reducing Screen Media Use on Physical Activity, Sleep, and Physiological Stress in Families With Children Aged 4-14: Study Protocol for the SCREENS Randomized Controlled Trial", *BMC Public Health*, 20(1):380.
- Salman, U. A. (2019). *Haberde Çocuk Çocuk Odaklı Habercilik El Kitabı*. İstanbul: IPS İletişim Vakfı.
- Savaş, İ. (2015). *Anne Babalar Çocuğunuzun Resimleri Size Ne Anlatır?*. İstanbul: Nesil Yayınları.
- Serttaş, A. (2014). "V For Vendetta Filminin Alımlama Analizi ile Sinemada Televizyon", *Global Media Journal*, 5(9): 303-321.
- Sevindik, T. (2011) "Determining The Attitudes Of The Preservice Teachers About Distance Education Applications", *Energy Education Science And Technology Part B-Social And Educational Studies*, Vol.3: 527-534.
- Şakı Aydın, O. (2007) "Alımlama Araştırmaları ve Kültürel Çalışmalar Geleneğinin Katkısı", *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(11): 119-131.
- Şeker, T. (2009). "5N1K Haber Programının Alımlama Analizi", *Selçuk İletişim Dergisi*, 5(4): 105-117.
- Şeker, T. ve Sine, R. (2012). "Çocuk Zihnindeki Haber Resmi", *Global Media Journal Dergisi*, 2(4): 118-137.
- Şimşek, G. (2017). "George Gerbner'in "Medyaya Karşı" Eserine Dair Genel Bir Değerlendirme", *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(52): 1205-1213.
- Şimşek İşliyen, F. ve İşliyen, M. (2015). "Çocukların Medya Algısının Resimler Üzerinden Analizi". *Global Media Journal*, 5(10): 271-287.
- Tekinalp, Ş. ve Uzun, R. (2009). *İletişim Araştırmaları ve Kuramları*. 3. Baskı, İstanbul: Beta Yayınları

Timisi, N. (2011). Medyada Çocukları Koruyucu Önlemler, *Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı*. (M. Ruhi Şirin Haz.), İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.

Üstündağ, A., Doğan, Ö. (2016). "10-14 Yaş Arası Gençlerin Televizyon İzleme Alışkanlıkları ve Çok İzledikleri Diziler", *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 43:77-97.

Vatandaş, C. (2011). "Toplumsal Cinsiyet ve Cinsiyet Rollerinin Algılanışı", *Istanbul Journal of Sociological Studies*, 0(35): 29-56.

Yavuz, Ş. (2015). "Kitle İletişim Araştırmalarında Anadamar/Çoğulcu ve Eleştirel/Radikal Kuram Arasında Yöndeşme Tartışmaları", *Karadeniz Teknik Üniversitesi İletişim Araştırmaları Dergisi*, 5(1): 25-39.

Yaylagül, L. (2018). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yıldırım, A., Şimşek, H. (2008). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

İnternet Kaynakları

Kaiser Aile Vakfı (2010). Daily Media Use Among Children and Teens Up Dramatically From

Five Years Ago (Çocuklar ve Ergenler arasındaki Günlük Medya Kullanımı Beş Yıl Öncesine Göre Ciddi Oranda Arttı), www.kff.org (Erişim Tarihi 15.05.2020)

Protecting the psychological health of children through effective communication about COVID-19 (2020). <https://www.thelancet.com/action/showPdf?pii=S2352-4642%2820%2930097-3> (Erişim Tarihi, 21.10.2021)

RTÜK, Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması (2018). <https://www.rtuk.gov.tr/assets/Icerik/AltSiteler/televizyonizlemeegilimleriarastirmasi2018.pdf> Erişim Tarihi: 09.05.2020

RTÜK, Türkiye’de Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıkları Araştırması (2013).

<https://www.rtuk.gov.tr/haberler/3787/18/turkiyede-cocuklarin-medya-kullanma-aliskanliklari-arastirmasi-sonuclandi.html> Erişim Tarihi 09.05.2020

Zero To Eight Children’s Media Use In America (2011). <https://www.common sense.org/education/articles/zero-to-eight-childrens-media-use-in-america>

Kültürel Göstergeler ve Ekme Yetiştirme Kuramı (2016). https://www.academia.edu/35074212/K%C3%BCl%C3%BCrel_G%C3%B6stergeler_ve_Ekme_Kuram%C4%B1_pdf_pdf.

MEB, Öğrencilerin Televizyon İzleme Alışkanlıkları (2008) https://www.meb.gov.tr/earged/earged/TV_izleme.pdf

Extended Summary

Purpose of Research

This research is designed to reveal how the news about the COVID-19 outbreak in television is perceived by school-aged viewers. They started to spend much more time with technological devices such as television, tablet or mobile phone during the pandemic due to the restrictions and the distance education carried out at home. This has caused them to be exposed to a lot of real or fake news about the COVID-19 pandemic. The aim of this study is to reveal how the news related to COVID-19 pandemic on television, which is still the most preferred mass media in Turkey for many reasons such as being easily accessible and economical, leaves traces in the perception of school-aged children.

Literature Review

There are several studies in literature on children's practice of using mass media and the effects of messages in mass media on children. Studies show that children's television watching span is quite high and it is considered a leisure time activity. However, media content, and especially news that usually offers content for adults, has a much different effect on the mind of children, who are the secret consumer of the news. News such as accidents, deaths, murders, abductions, and illness, which have become usual for adult viewers, can have a greater impact on children's minds and may show various psychological effects.

Gerbner's Cultural Indicators Project has been criticized usually for seeing the audience as passive receivers and for being based on mainly quantitative research. Critical approaches have emerged against the liberal pluralist theory, which tries to explain the effect of mass media on individuals with quantitative data. Critical based Cultural Studies approach does not see the audience exposed to media content as a passive mass who receives the message directly. It has the view that the cultural characteristics and ideologies of individuals get involved during the reception of media messages and that the masses are actually an active part of the communication process.

Reception analysis, an approach within the British Cultural Studies trend, aims to investigate the effects of mass media on audiences. Reception analysis is a method that analyzes the relationship between the meaning produced in media contents and the minds of the audience. In other words, it is a method which aims to explain to what extent and how media messages affect the audience.

Methodology

This study, carried out to reveal how the perception of Covid-19 is shaped in children's minds, adopted the qualitative research method. In this study, it has been tried to reveal how children are affected by the media content during the pandemic and how they perceive the pandemic with the reception analysis technique. One of the techniques that enables to understand the perceptual worlds of children is the analysis of children's drawings. Although the pictures drawn by children may differ according to their cognitive, emotional and developmental processes, they contain various clues regarding the inner worlds of the children and the events they have experienced or observed. In this study, the main reason why children were chosen to describe COVID-19 through drawing is the importance of drawing itself, which is a simple means of expression, for the child to reflect himself to the outside world and to express his feelings and thoughts about events. The main importance of

children's drawing is that they reflect the child's way of thinking and its content.

The sample of this study, in which children's pictures are analyzed, consists of 112 children aged 6-9 years. The reason for sampling this age group is it includes both the Pre-Schema Period and the Schematic Period. Accordingly, the children were asked to draw a picture after asking "What is COVID-19?" Due to the ongoing pandemic, face-to-face communication could not be established with the children. So, after reaching their parents and giving the necessary information about the study, they were asked to send photographs of their children's drawings to the researchers digitally. In addition, due to the various psychological meanings of the colors used by the children in the pictures, the participants were asked to draw pictures using colored crayons. Ethics committee permissions were obtained for the research, parents were informed about the purpose and results of the research, and participation in the research was conducted voluntarily.

Results and Conclusion

Considering the semantic characteristics of the colors used in the pictures analyzed within the scope of the study, it was seen that children used red color when drawing viruses in most of the pictures, and they often used blue color when describing healthy days. Semantically, the red color reflects the depressive mood, while the blue color symbolizes peace. Another noteworthy finding is that positive themes were used in only 2 of the 112 drawings. Besides, traces of social gender roles were obtained in the attitudes of children towards the theme of hygiene.