



*Araştırma Makalesi*

DOI: 10.33464/mediaj.825220

# Medyanın Olası Etkilerine Yönelik Geliştirilen Kamu Politikalarının Alımlanmasına Yönelik Bir İnceleme<sup>1</sup>

Başvuru Tarihi: 13.11.2020  
Yayın Kabul Tarihi: 14.12.2020  
Yayınlanma Tarihi: 30.12.2020



Kaynağından  
Okumak için  
Kodu Taratın

Zakir Avşar<sup>2</sup>

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi

[zakiravsar@gmail.com](mailto:zakiravsar@gmail.com)

ORCID: 0000-0002-1427-127X

Songül Omur<sup>3</sup>

Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi

[songul2591@hotmail.com](mailto:songul2591@hotmail.com)

ORCID: 0000-0003-2563-2445

## ÖZET

Günümüzde gelişen teknolojiyle birlikte, medya araçlarının günlük hayatımızdaki yeri ve önemi de artmaya başlamıştır. Medya araçlarında meydana gelen çeşitlilik bu araçların denetlenmesini ve çeşitli kamu politikalarının uygulanmasını hem zorlaştırmakta hem de zorunlu hale getirmektedir. Her bir medya aracının farklı yapılanması ve uygulaması söz konusudur. Ancak her medya aracı birey üzerindeki etkileri konusunda benzerlikler taşımaktadır. İletişimsel çeşitliliğin bireyler üzerindeki etkilerine yönelik sayısız akademik çalışma olmasına rağmen bu araçları doğru kullanmayı sağlayan ya da sağlayacak olan uyarıcı ve bilgilendirici sistemlere yönelik bilimsel çalışmalar yok denecek kadar azdır. Bu bağlamda bu çalışmada medyanın olası etkilerine yönelik olarak geliştirilen kamu politikalarını vurgulamak ve bu politikaların izleyici tarafından alımlanmasını ortaya koymak amaçlanmıştır. Uygulanan kamu politikalarının alımlanmasına, işlevselliğine yönelik daha doğru bir çıktı elde etmek amacıyla çalışmada medyanın birey üzerindeki etkileri de belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede çalışma kapsamında derinlemesine görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşmeler kapsamında 12 ebeveyn (6 erkek, 6 kadın) ve 3-14 yaş arası 10 çocuk ile mülakat yapılmıştır. Elde edilen bulgular neticesinde katılımcıların sosyo- demografik açıdan farklı özellikler göstermesine rağmen medyanın etkileri ve kamu politikalarına yönelik benzer görüşler sundukları ortaya konmuştur. Akıllı işaretler katılımcılar tarafından genel anlamda “faydalı” ancak “yetersiz” olarak değerlendirilmiştir. Bununla birlikte program tercihi üzerinde çok fazla etki etmediği ve genellikle yasak meyve etkisi oluşturduğu tespit edilmiştir. Medya okuryazarlığı daha etkili bir çözüm olarak değerlendirilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Medya ve Etkileri, Kamu Politikaları, Akıllı İşaretler, Medya Okuryazarlığı, Alımlama.

<sup>1</sup> Bu makale, Prof. Dr. Zakir Avşar danışmanlığında Songül Omur tarafından 07.12.2017 tarihinde tamamlanan “İçerik Bilgilendirici İletişimin Etki Kuramları Açısından Değerlendirilmesi” başlıklı doktora tezinden derlenmiştir.

<sup>2</sup> Profesör Doktor. Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi.

<sup>3</sup> Doktor Öğretim Üyesi. Niğde Ömer Halis Demir Üniversitesi.





Research Article

DOI: 10.33464/mediaj.825220

# A Review of the Reception of Public Policies Developed for the Possible Effects of the Media<sup>4</sup>

Application Date: 13.11.2020  
Accepted Date: 14.12.2020  
Publishing Date: 30.12.2020




Scan the Code  
To Read From  
Main Source

Zakir Avşar<sup>5</sup>

Ankara Hacı Bayram Veli University


[zakiravsar@gmail.com](mailto:zakiravsar@gmail.com)

 ORCID: 0000-0002-1427-127X

Songül Omur<sup>6</sup>

Niğde Ömer Halis Demir University

[songul2591@hotmail.com](mailto:songul2591@hotmail.com)

 ORCID: 0000-0003-2563-2445

## ABSTRACT

*With today's advancing technology, the place and significance of media tools have started to grow. The resulting variety makes it both difficult and mandatory to monitor these tools and to apply various public policies. Each media tool can be structured and applied with differently. However, every media tool shows similarities in respect of their effects on individuals. Although there are numerous academic studies on the effects of communicative diversity on individuals, there are scarcely any scientific studies about the warning and informative systems that enable or will enable accurate use of these tools. In this regard, this study aims at emphasizing the public policies developed for the potential effects of media and to determine proposals and expectations by presenting how such policies are perceived by the audience. With a view to attain a more accurate output for the reception and functionality of the applied public policies, the study also endeavours to identify the effects of media on individual. Within this context, in-depth interviews were conducted within the scope of the study. 12 parents (6 men, 6 women) and 10 children aged 3-14 were interviewed within the scope of the semi-structured in-depth interview. The obtained findings reveal that the participants have similar opinions for the effects of media and public policies despite having different characteristics in socio-demographic terms. Smart signs are generally regarded by the participants as "useful", but "insufficient". Nevertheless, it has been ascertained that they do not have much effect on the show and, mostly, create the effect of a forbidden fruit. Media literacy has been considered a more effective solution.*

**Keywords:** Media and Effects, Public Policies, Media Literacy, Smart Signs, Reception.

<sup>4</sup> This article was compiled from the Ph.D. thesis titled "Evaluation of Content Informative Communication in Terms of Effect Theories" completed by Songül Omur under the supervision of Professor Zakir Avşar on 07.12.2017.

<sup>5</sup> Professor. Ankara Hacı Bayram Veli University.

<sup>6</sup> Assistant Professor. Niğde Ömer Halis Demir University.





## GİRİŞ

Modern teknoloji sayesinde dünyanın her yerinde farklı medya biçimleriyle önemli deneyimler paylaşılmaktadır. Medya ortamı, çarpık bir biçimde olmasına rağmen, genel olarak hayatın kendisini yansıtmaktadır. Bu açıdan medya iyi-kötü, güzel-çirkin ve şiddet- yardımseverlik gibi yaşama dair unsurları bünyesinde çokça barındırmaktadır. Dolayısıyla günlük yaşamımızın önemli bir parçası olan ve bize günün her saati eşlik eden iletişim sistemlerinden yansıyan deneyimlerden, bireyleri özellikle de çocuk ya da gençleri korumak oldukça güçleşmekte ve neredeyse imkânsız bir duruma gelmektedir. Medyanın olası etkilerine yönelik yoğunlaşan kaygılar, medyanın çocuklar ve yetişkinler üzerindeki etkilerinin bariz bir biçimde görülmesinden ziyade, medya etkilerinin güç algılanan ve hemen göze çarpmayan bir yapıya sahip olmasına yöneliktir. Medya içeriklerine dair olan temel endişeler ise; şiddet, ahlaki değerlerin bozulması, cinsellik, olumsuz örnek teşkil edici gibi oluşumlara yöneliktir. Diğer endişeler ise televizyon-egemen toplumlarda izleyicilerin pasif ve kendine güvenmeyen bireylere dönüşmesine yöneliktir. Ayrıca çocukların diğer deneyimlere/aktivitelere çok az zaman harcaması ve ebeveynlerin televizyonu “güvenli” bir bebek bakıcısı olarak kullanmaları medyaya yönelik endişeler arasında yer almaktadır (Srygly, 1978, s. 526-527). Buna bağlı olarak bireylerin - özellikle de çocukların- ruhsal ve fiziksel açıdan sağlıklarının tehdit edileceği, ayrıca aile ve toplumsal hayatın da olumsuz etkileneceği görüşü hem bireysel düzeyde hem de hükümetler düzeyinde yaygınlaşmaya başlamıştır. Nitekim görsel-işitsel yayıncılık zaman içerisinde çeşitli dönüşümlere uğramıştır. Yayıncılığın ve kamu tekelinin ilk günlerinde söz konusu olan “eğitsel televizyondan”, özel yayıncılığın devreye girmesi ve izleyici- reytinglerinin önemli bir rol oynaması sonucu “eğlence televizyonuna” doğru bir ilerleme olmuştur. Günümüzde, yeni teknolojilerin ortaya çıkması ve izler kitlenin çok sayıda farklı ilgi kümelerine ayrılmasıyla (Machet ve Robillard, 1999, s. 9) birlikte medyanın olası etkilerinden bireyleri koruma, uyarma ve bilgilendirme sorumluluğu da geniş çaplı bir durum olarak ortaya çıkmıştır.

Çocuklar ve gençler izledikleri film ya da televizyon programlarından, dinledikleri radyo programlarından ya da okudukları gazete, dergi ve kitaplardan nasıl etkilenmektedir? (Srygly, 1978, s. 526). Bu ve benzeri sorular kitle iletişim teknolojilerinin ortaya çıkması ve gelişmesiyle birlikte birçok araştırmancının da odağında yer almaya başlamıştır. Bununla birlikte toplumsal ya da bireysel düzeyde medyanın olası etkilerine yönelik çeşitli çözüm önerileri de medyanın gelişimine paralel olarak geliştirilmeye ve oluşturulmaya başlanmıştır. Geliştirilen bu çözüm önerilerinin uygulanabilir olması, etkisi ve işe yararlığının tespiti elbette ki en az medyanın etkilerinin belirlenmesi kadar önem teşkil etmektedir. Çünkü bir olaya ya da probleme doğru bir yaklaşım sunmak açısından bir sorunun tespiti kadar o sorunun çözümü de büyük bir önem teşkil etmektedir. Bu bağlamda bu çalışmada medyanın olası etkilerine yönelik geliştirilen kamu politikalarını vurgulamak ve bu politikaların izleyici tarafından alınlanmasını ortaya koymak amaçlanmıştır.





## UYGULANAN KAMU POLİTİKALARINA YÖNELİK GENEL BİR BAKIŞ

### Olumsuz Örnek Teşkil Edici Davranışlara Yönelik Sınırlandırma Politikası

Medya içeriklerine yönelik sınırlandırma politikasını açıklamadan önce bu uygulamaların gerekliliğini sağlayan temel nedenleri ortaya koymak gerekmektedir. Dolayısıyla medyanın cinsellik, şiddet ya da olumsuz örnek teşkil edecek içeriklere yönelik etkilerini anlaşılır kılmak önem taşımaktadır. Bu bağlamda öncelikle medyanın “uzun dönem etkileri” ve “kısa dönem etkileri” arasındaki farkın anlaşılmasını sağlamak önem taşımaktadır. Medyanın kısa dönem etkileri a) önceleme etkisi, b) uyarıma süreci ve c) belirli davranışların taklit edilmesi (model alma) sonucunda meydana gelir. Buna göre önceleme, dışarıdan gözlenen uyarıcıların beyin sinir ağındaki etkilenimi vasıtasıyla agresif davranışların yayılım gösterdiği bir süreçtir. Bu uyarılmış ağlar daha sonra büyük olasılıkla davranışları etkilemektedir. Dış uyaranlar (örneğin silah görmek), doğası gereği agresif bir yapıda olabilir. Gözlenen (model alınan) şiddetin büyüklüğü (gerçek dünya ya da medya) agresif davranışları; uyarım transferi ve genel uyarılma olmak üzere iki olası nedenden ötürü kısa vadede harekete geçirir. Gözlenen şiddet tarafından uyarılmış duygusal tepki nedeniyle, bir sonraki dürtülerin algılanması yanlış yorumlanma sonucu daha şiddetli olabilir. Böyle bir uyarım transferi, kısa vadede daha yoğun bir agresif tepkiye neden olur. Üçüncü kısa dönem sürecinde ise, belirli agresif davranışların öykünmesi, gözlemsel öğrenmenin uzun dönem sürecinin özel bir durumu olarak görülebilir. Son yıllardaki kanıtlar, insanların doğuştan gördüklerini öykünmeye eğilimli olduklarını ortaya koymaktadır. Bu teoriler, çocukların hemen hemen gördükleri her şeyi taklit ettiklerini vurgulamaktadır (Huesmann and Taylor, 2003, s. 108-109).

Uzun dönem etkileri ise, a) sosyal davranış kodlarının, dünya hakkındaki iyi ya da kötü şemaların ve agresif davranışların benimsemesine yönelik normatif inançların gözlemlenerek öğrenilmesi, b) şiddete duyarsızlaşma, c) sosyal karşılaştırmaya dayalı savunma süreci olarak üçe ayrılmaktadır. Kısa dönem etkiler ile uzun dönem etkiler arasında bir örtüşme söz konusudur. Ve her iki dönemde de bireyi bir duruma alıştırarak “duyarsızlaştırma” söz konusudur. Her insanın doğuştan; kan, şiddet ve ölümü gözlemeye yönelik negatif duygusal tepkisi söz konusudur. Kalp atış hızı, terleme ve kişisel olarak bildirilen diğer rahatsızlıklara genellikle bu tarz maruz kalmalar neden olmaktadır. Ancak şiddete maruz kalmanın tekrarlanmasıyla bu olumsuz duygusal tepkiler zamanla alışkanlık oluşturarak izleyiciyi duyarsızlaştırmaya başlar. Böylece, birey negatif etkileri deneyimlemeden proaktif saldırgan davranışlar hakkında fikir yürütebilir. Bu ise, proaktif saldırıların meydana gelmesini olası hale getirmektedir (Huesmann and Taylor, 2003, s. 109).

“Kitle İletişim Hukuku” kitabında kitle iletişim faaliyetlerine yönelik sınırlandırmayı olumlu ve olumsuz sınırlandırmalar olarak ikiye ayıran Çolak’a (2002) göre olumlu yani yol gösterici sınırlandırmalar kitle iletişim faaliyetleri sırasında uyulması gereken temel ilkeleri ifade etmektedir. Bu açıdan yayın ilkeleri ve sorumlulukları şeklinde ifade edilen düzenlemeler kitle iletişim faaliyetlerinin olumlu sınırlarını oluşturmaktadır. Çolak’a göre olumsuz sınırlamalar ise





“kitle iletişim araçları ve çalışanlarının yayıncılık faaliyetleri sırasında uymaları gereken yasakları daha doğrusu yapılmaması gereken davranışları” ifade etmektedir. Buna göre olumsuz sınırlamaların temelinde anayasada tanımlanan yasaklar yer almaktadır. Ancak, içeriği kısıtlamanın da birtakım ölçütleri söz konusudur. Bu bağlamda, örneğin Amerikan anayasasında, “Kongre basını, ifade özgürlüğünü kısıtlayacak yayın yapamaz. Amerikan yasama organı televizyon programları dahil her tür ifade şeklinde sadece ‘zaruri ilgi’ (compelling interest) varsa araya girebilir/müdahale edebilir” (aktaran Çöloğlu, 2009, s. 208) şeklinde bazı kararlar söz konusudur. Medyanın gerek uzun gerekse kısa vadeli etkilerine yönelik artan endişeler nedeniyle birçok ülkede çocukları medya içeriklerinden koruma amacıyla medya içeriklerini kontrol etme girişimleri söz konusudur. Ancak hükümetlerin içeriğe doğrudan bir müdahalesi söz konusu değildir. Dolayısıyla bu çabaların büyük bir bölümünde içeriğin ya çocukların yaşlarına ya da sosyal ve bilişsel gelişimlerine uygunluğu bakımından çocukların bu içeriğe maruz kalacağı süre ile sınırlandırılmaktadır (Çöloğlu, 2010, s. 141-142). Diğer bir ifade ile sınırlandırma politikası, çocuk ya da gençlerin fiziksel, bilişsel ve ahlaki gelişimleri açısından risk faktörü taşıyan içeriklerin, söz konusu izleyici kitlesinin ayakta bulunmadığı saatlerde yayınlanmasını ön görmektedir. Bu uygulamanın temel amacı, çocukların/gençlerin gelişimlerini olumsuz yönde etkileyecek içeriklerin, özellikle şiddet ve cinsellik içeren programların, çocukların/gençlerin ayakta olduğu belirli saatlerde erişilebilir olmasının engellenmesine yöneliktir.

### **Olumsuz Örnek Teşkil Edecek Medya İçeriklerine Yönelik Sınıflandırma Politikası**

Bireylerin özellikle de çocukların televizyon programlarının ya da sinema filmlerinin olası zararlı etkilerinden nasıl korunacakları çokça tartışılan bir konudur. Tüm bu tartışmalar bazı önerileri ya da uygulamaları beraberinde getirmiştir. Bu uygulamaların en önemlilerinden biri de sınıflandırma sistemidir. Televizyonda uygulanan sınıflandırma sistemi, sinema denetiminde uzun yıllardan itibaren sinema endüstrisi tarafından kullanılan sistem model alınarak kullanılmıştır (Çöloğlu, 2010, s. 143). Bu açıdan televizyon programlarına uygulanan sınıflandırma sistemi, televizyon programlarının yetişkinler ya da çocuklara uygunluğu hakkında fikir sahibi olmalarını sağlamak açısından sinema filmlerindekiyle aynı amacı taşımaktadır. Bu sistem Amerika, Avustralya, Belçika, Fransa, Macaristan, Polonya, Yunanistan, Hollanda ve Türkiye gibi birçok ülkede kullanılmaktadır (Avşar ve Demir, 2015, s. 178). Birçok ülkede kullanılan sınıflandırma sisteminin uygulandığı ya da endişelerin yoğunlaştığı kategoriler şu şekilde sıralanabilir (<http://www.bbfc.co.uk>):

a) Ayrımcılık: Din, ırk, cinsiyet, engellilik ya da cinsellik gibi konularda potansiyel olarak rahatsız edici içerikler, geniş bir kapsamda ortaya çıkabilmektedir. İçeriklerin yer alacağı bu durum tartışmaya açık bir özellik göstermektedir. Ayrımcı dil ve tutum açık bir biçimde ya da örtülü olarak eleştirilebilir veya bu tarz tutumlar içeriğin tamamına karşı çıkabilir. Bu açıdan sınıflandırma politikası ile bu unsurların dâhil edilmesinin gücü ya da etkisinin göz önünde bulundurulması amaçlanmaktadır.

b) Madde Kullanımı (Uyuşturucu, sigara, alkol vb.): Bu kategoride yer alan sınıflandırma kapsamında madde kullanımı ve madde kullanımının ayrıntılı bir biçimde tasviri yapılamayacağı yasalarda ya da birtakım düzenlemelerde belirtilmektedir. Bunun yanı sıra ilaç ya da madde





kullanımının normalleştirildiği içeriklerden ziyade ilaç kullanımını kötüleyen ya da tehlikelerini vurgulayan içeriklere yönelik yaş kategorisinin daha yüksek olduğu bir sınıflandırma sistemi kullanılmalıdır. Çünkü olumsuz özellikleri vurgulanan bazı unsurlar bireyler açısından daha çekici bir hal alabilmektedir. Özellikle çocuklara hitap eden eserlerde sigara, alkol, içki, uyuşturucu gibi kötü amaçlı kullanılan unsurlar bakımından sınıflandırma sistemi önem taşımaktadır.

c) Taklit Edilebilir Davranışlar: Bu kategoride yer alan sınıflandırma kararları ayrıntılı bir şiddet ya da şiddet içerikli tekniklerin canlandırılması ve kolay erişilebilir suç aletlerinin çekici hale getirilmesi durumunda kullanılmaktadır. Özellikle fiziksel şiddet gibi anti-sosyal davranışların tasvir edildiği içerikler daha yüksek bir sınıflandırmaya dâhil edilmektedir. Bütünlük açısından ele alındığında teşvik edilen ya da özendirilen yasa dışı bir davranışın sınıflandırma sistemi tarafından önlenmesi amaçlanmaktadır. Potansiyel olarak çocukların ve gençlerin daha kolay bir biçimde öykünebileceği intihar, kendine zarar verme, öldürme gibi tehlikeli davranışların daha kapsamlı bir sınıflandırma sisteminin kullanılmaması durumunda daha büyük olumsuz etkilere yol açabileceği görüşü hakimdir.

d) Kötü Dil Kullanımı: Bu kategori bireylerin ya da azınlık grupların küçümsendiği, ötekileştirildiği; cinsel, dini ve ırksal ayrımcılığın ifade edildiği ya da kaba söylemlerin kullanıldığı alanları içerir. Kötü dil kullanımının boyutu yaş, cinsiyet, ırk, inanç ve izleyicilerin beklentilerine ve ayrıca kelimelerin ya da jestlerin kullanıldığı bağlama göre değişebilir. Bu nedenler dolayısıyla her kategoride kabul edilebilir kapsamlı kelime, ifade ya da jest listeleri oluşturmak mümkün değildir. Bu açıdan, farklı sınıflandırma seviyelerindeki tavsiyeler, kamu konsültasyonu araştırmalarında ifade edilen görüşleri dikkate alarak genel bir rehberlik sağlamaktadır.

e) Cinsellik: Cinsellik, toplumsal hayatın bir parçası olmasına rağmen birçok toplumda üstü kapalı olarak dile getirilmektedir. Günümüzde cinsellik ve şiddetin yer aldığı yayınların artması günümüz toplumunun önemli bir sorunu haline gelmiştir. Özellikle cinselleştirilmiş davranışların normalleştirilmesi çocuk ve gençler açısından birtakım endişelerin oluşmasına neden olmaktadır. Bu açıdan taklit edilebilir cinsel içerikli yayınlar sadece 18 yaş ve üstü kişileri kapsayacak şekilde oluşturulmaktadır. Sınıflandırma sistemi, yaş kategorilerinin yükselmesine bağlı olarak cinsel içerikli bazı sahnelerin kullanılmasına izin verir. Cinsel sınıflandırma uygulaması, bu açıdan cinsel betimlemelerin açık bir şekilde gösterildiği, aşırı cinsel saplantı içeren içeriklerde, cinsel açıdan canlandırılmış görüntülerde ya da cinselliğin kullanıldığı diğer güçlü imgelerde kullanılmaktadır.

f) Korku: Hedef kitlelerini daha çok çocukların ve gençlerin oluşturduğu içeriklerde sınıflandırma kararı, ürkütücü veya rahatsız edici sahnelerin sıklığı, uzunluğu ya da bu unsurların ayrıntılı bir biçimde verildiği durumlar ile ürkütücü müzik veya seslerin kullanıldığı durumlarda uygulanmaktadır.

g) Şiddet: Bu kategoride sınıflandırma sistemi içeriklerde şiddetin derecesi ve niteliğine göre belirlenir. Aşağıda ifade edilen unsurlar sınıflandırma sistemi bakımından daha kapsamlı bir uygulamaya sahiptir:

- Şiddetin normalleştirilerek çözüm yolu olarak sunulması
- İstirap çektiren ya da zarar veren kahramanların sunulması
- Kurbanlara/mağdurlara duyulan acımasızlık





- Saldırgan tutumların teşvik edilmesi
- Acı çektirmekten ya da aşağılamaktan zevk alan karakterlerin sunulması
- Şiddetin çekici hale getirilmesi ya da yüceltilmesi

Bununla birlikte korku ya da şiddet ve cinsel içerikli programlar daha yüksek yaş kategorisinin kullanılmasını gerekli hale getirmektedir. İzleyiciye zarar verme olasılığı olan bu yöndeki şiddet ve cinsel içerikli tasvirlerle sınıflandırma sistemiyle müdahale edilmektedir. Ancak ele alınan şiddet, cinsellik, madde kullanımı, ayrımcılık, korku gibi unsurların derecesi ya da niteliği her ülkenin gelişmişlik düzeylerine ve kültürel yapılarına göre farklılık göstermektedir. Her ne kadar bütün ülkeler genel anlamda aynı unsurlar üzerinde yoğunlaşsa da her ülkenin uyguladığı kategorilendirme/sınıflandırma sistemi birbirinden farklılık göstermektedir.

Sınıflandırma politikası kapsamında yapılan çalışmalar/araştırmalar neticesinde, özellikle çocuklar ve gençler arasında farklı yaş gruplarına yönelik program içerikleri sınıflandırma prensibi üzerine odaklanılmış ve uygulanması oldukça kolay olan program sembolleri ve zaman sınırlamalarına dayanan “işaret düzeni sistemi” geliştirilmiştir (Avşar ve Demir, 2005, s. 179). Sadece zararlı içerikten korunması gereken yaş grubunu bildiren sınıflama sistemlerinin çok fazla tercih edilmediği ve yararlı olmadığına ortaya konulması sonucu buna ek olarak içeriği tanımlayıcı sistemler geliştirilmiştir (aktaran Öktem vd., 2006). Bu açıdan ABD, Kanada, Fransa, Danimarka, Hollanda gibi ülkelerde televizyon kanalları ya da yayıncılık düzenleme kurulları tarafından, programların içerikleri hakkında ailelere bir kılavuz oluşturulmuştur. Bu kılavuzda yer alan işaretler ya da içeriğe ilişkin etiketler, ailelere çocuklarını istenmeyen program içeriklerinden hem korumada yardımcı olmakta hem de ebeveyn yönlendirmesini kolaylaştırmaktadır (İspir ve İspir, 2008, s. 178). Geliştirilen bu sistemler bir diğer ifadeyle medya içeriklerinin sınıflandırılması, izler kitlenin içerik ile ilgili önceden bilgilendirilmesi işlevini görmektedir. Sistem temel olarak, programın olası zararlı içeriği ile programın uygun olduğu yaş grubu hakkında bilgi vermektedir. Diğer bir ifadeyle medya içeriklerine yönelik sınıflandırma sistemiyle ulaşılmak istenen temel amaç, içerik uygulayıcılarının, çocukları ve gençleri televizyon yayınlarının oluşturabileceği zararlı etkilerden koruma sorumluluğunun ebeveynler ya da toplum tarafından yerine getirilmesinde onlara yardımcı olmaktır. Bu uygulama programlarının niteliği (iyi, kötü) hakkında bilgi vermez ve programı eleştirmek amacıyla oluşturulmamıştır. Bununla birlikte onaylama, onaylamama ya da sansür gibi bir amacı da taşımamaktadır. Bu uygulamanın amacı ailelere program seçimlerinde karar verirken rehberlik işlevini üstlenmektir (Çöloğlu, 2010, s. 144). İçerik temelli sembol sistemi ABD ve Avrupa’da 1990’ların başında gündeme gelirken, Kanada, Avustralya, Yeni Zelanda gibi ülkeler bu sistemi günümüzde de kullanmaktadır. Hollanda ise işaret sistemini 2002’de kullanmaya başlamıştır ve benzer bir sistem 2005 yılından itibaren Danimarka, Fransa, Slovenya ve Polonya gibi ülkeler tarafından uygulanmaktadır. Türkiye’de ise televizyon programlarının içeriğine yönelik “Akıllı İşaret” uygulaması 2006 yılından itibaren kullanılmaya başlanmıştır (İspir ve İspir, 2008, s. 178).

### **Medya Okuryazarlığı Politikası**

Son yıllarda iletişim araçlarında meydana gelen niceliksel bir artış söz konusudur. Meydana gelen bu sorunsal ile birlikte medyanın olası etkilerine yönelik geliştirilen önemli çözüm politikalarından biri de medya okuryazarlığıdır. Medya okuryazarlığı ile ilgili hâkim olan temel düşünce izleyicilerin medya karşısında daha bilinçli olmasına yöneliktir. Buna göre “medya





okuryazarı olan bireyler, kendilerini medyanın olası olumsuz etkilerinden koruyabileceklerdir” (Çöloğlu, 2009, s. 206). İngilizce “media literacy” sözcüğünden Türkçeye çevrilen medya okuryazarlığı terimi, “büyük çeşitlilik gösteren formlardaki mesajlara ulaşma, bunları çözümlenme, değerlendirme ve iletme yeteneği” (aktaran Hobbs, 2004, s. 122) olarak ifade edilmektedir. Bu tanımı dikkate alarak “medya okuryazarı medyada yeniden kurgulanan iletileri ayırt edebilmek ve algılayabilmek, onunla ilgili yorumlarda bulunabilmek için, ayrı bir beceri, altyapı bilgisi ve eğitsel organizasyon gerektiren bir eğitim sürecinin sonucu olarak medya yetkini sıfatını hak eden kişiyi betimleyen” (Taşkıran, 2007, s. 7) şeklinde ifade edilebilir. İletişim teknolojilerinin niceliksel artışı ve bu teknolojilerin insanların dünya görüşünü etkilediği, yönlendirdiği düşüncesinin yaygın olması nedeniyle özellikle son dönemlerde medya okuryazarlığı kavramı eğitim alanında çokça kullanılmaya başlamıştır. Kellner ve Share (2005)’e göre okuryazarlık etkili öğrenmeyi ve toplumsal olarak inşa edilen iletişim ve temsil formlarını içeren yetkinliklerdir. Okuryazarlık, kural ve sözleşmeler bağlamındaki uygulamaları kapsamaktadır. Medya okuryazarlık bağlamında kullanılan okuryazarlık kavramı bazı karışıklıkları ve tartışmaları beraberinde getirmiştir. Muhafızlar, medya okuryazarlığının; geleneksel okuryazarlık yerine daha az talep gerektiren ve daha tüketici odaklı bir girişimi ifade ettiğini vurgulamaktadır. Ancak medya eğitimcileri tam tersine medya okuryazarlığının, geleneksel okuryazarlık kavramını geliştireceğine işaret etmektedir (O’Neill and Barnes, 2008, s. 16).

Medya okuryazarlığı, birçok ülkede yıllar önce ortaya çıkmış ve uzun bir yol kat ederek günümüze kadar gelebilmiştir. Bu kapsamda İngiltere’de medya okuryazarlık eğitimi 1929 yılında çocukların medyanın etkilerinden korunması amacıyla başlamış ve 2000’li yıllarda ise medya eğitimi İngiltere ulusal eğitim programında zorunlu bir nitelik kazanmıştır. Medya okuryazarlığı eğitimi Kanada’da ise 1960’lı yılların sonuna doğru ilk kez “ekran eğitimi” adı altında başlamıştır. 1980 ve 90’lara gelindiğinde ise ortaokullarda medya okuryazarlık eğitimi gelişme göstermiş ve günümüzde ilköğretim okullarında güçlenen bir medya okuryazarlığı hareketi başlamıştır. Norveç’te medya okuryazarlığı eğitiminin ise 1977 yılında başladığı görülmektedir. Bu çerçevede Norveç ulusal eğitim programı çerçevesinde 1 ila 10. sınıflara medya eğitimi müzik, sosyal bilimler ve el işleri derslerinde verilmektedir. Almanya, 1970 ve 1980’lerde medya okuryazarlığıyla ilgili ilk teorik adımını attıktan sonra 2000’li yıllarda coğrafya, sanat ve sosyal bilimler gibi çeşitli disiplinlere dahil ederek medya okuryazarlık eğitimini başlatmıştır (aktaran Kınal ve Kartal, 2009). Kuzey Amerika’da medya okuryazarlığı ile ilgili gelişmeler 1978 yıllarına rastlar. Bu kavram o yıllarda Ontario Medya Okuryazarlığı Derneği tarafından eğitim konusu kapsamına dahil edilmesi neticesinde oluşturulmuştur. ABD’de eğitim sisteminin uzak merkezli yapısı nedeniyle devlet okullarında medya eğitimi çok fazla yaygınlık göstermemektedir. Ayrıca müfredat açısından oluşturulan önerilerin yurt genelinde yapılmasını sağlayacak merkezi yetkili bir mercii bulunmamaktadır (Taşkıran, 2007, s. 93). Türkiye’de medya okuryazarlığı serüveni ise uzun bir sürece dayanmamaktadır. Diğer ülkelerin gerisinden gelen Türkiye’de medya okuryazarlığı konusundaki ilk adımlar 1990’lı yıllarda özel radyo ve televizyon kanallarının yayın hayatına geçmesinden sonra atılmıştır. Medya okuryazarlığı ile ilgili diğer ülkelerin uygulamaları araştırılıp gözden geçirildikten sonra konu 2003 yılında toplanan İletişim Şurası’nda gündeme getirilmiştir. Bu açıdan Şura bünyesinde yer alan Radyo ve Televizyon Yayıncılığı Komisyonu’nun katkısı ile toplumsal ve bireysel eğitim ve kültüre katkı sağlayacak ve ayrıca ruh sağlığını koruyacak bir yaklaşım ile çocukların zararlı yayınlardan korunması amacıyla bir öneri sunulmuştur (Avşar, 2014, s. 9). Bu açıdan çocuklar ve gençlerin bilinçlenmesine yönelik olarak medya okuryazarlık derslerinin ilk ve ortaöğretim müfredatına dahil edilmesi önerilmiştir.







Böylece medya okuryazarlığının 2006 yılında RTÜK ve Millî Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı ile yapılan iş birliği sonucunda seçmeli ders olarak okutulmasına karar verilmiştir. Bu bağlamda medya okuryazarlık dersi, aralarında İstanbul, Ankara, Adana, Erzurum ve İzmir'in bulunduğu beş ildeki çeşitli okullarda seçmeli ders olarak okutulmaya başlanmıştır.

## AMAÇ VE YÖNTEM

Bu araştırmada medyanın olası etkilerine yönelik olarak geliştirilen kamu politikalarının uygulanmasını ve alınlanmasını ortaya koyma amacı söz konusudur. Uygulanan kamu politikaların alınlanmasına, işlevselliğine yönelik daha doğru bir çıktı elde etmek amacıyla çalışmada medyanın birey üzerindeki etkileri de belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çerçevede çalışma kapsamında derinlemesine görüşme yöntemi ile bir saha araştırması gerçekleştirilmiştir.

Çalışmada toplamda 12 ebeveyn (6 kadın, 6 erkek) ve 10 çocuk ile derinlemesine görüşme yapılmıştır. Derinlemesine görüşme bireylerin verilerini, görüşlerini deneyimlerini ve duygularını ortaya çıkarma yönünden güçlü bir yapıya sahip olması açısından nitel araştırmada kullanılan en yaygın veri toplama tekniğidir (Yıldırım ve Şimşek, 2013, s. 155). Derinlemesine görüşme kapsamında ise 0-14 yaş aralığında çocuk sahibi olan ebeveynler ile 3 yaş ve üstü çocuklarla görüşülmüştür. Araştırmaya katılan katılımcılar İstanbul ve Ankara şehirlerinde yaşayan kişilerden oluşmaktadır. Bu illerin seçilmesindeki temel neden bu şehirlerin Türkiye'nin ilk iki büyük nüfuslu şehirleri olmasıdır. Buna göre İstanbul Türkiye'nin en kalabalık nüfusuna, ekonomik ve sosyokültürel açıdan zengin bir yapıya sahip ilk şehridir. Ankara ise Türkiye'nin en kalabalık ikinci şehri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu şehirlerin çok fazla göç aldığı göz önünde bulundurulduğunda Türkiye'nin farklı şehirlerinde doğmuş ve birbirinden farklı özelliklere sahip bireylerle görüşülme olasılığı maksimum çeşitlilik açısından önem teşkil etmektedir.

Derinlemesine görüşme (yarı yapılandırılmış mülakat) kapsamında araştırmanın amacına yönelik olarak önceden hazırlanmış olan soru formu ile görüşme gerçekleştirilmiştir. Katılımcılara sorulan sorular belirli bir sıraya bağlı kalmaksızın rastgele sorulmuştur. Görüşme esnasında katılımcıların verdiği yanıtlara göre katılımcılara soru formunda yer almayan ek sorular da yöneltilerek çalışma açısından anlamlı bir sonuç elde edilmeye çalışılmıştır. Yetişkinlerle yapılan görüşmelerde her bir katılımcı görüşmeye tek tek alınmış ve görüşme esnasında sadece görüşmeci ve katılımcı bulunmuştur. Çocuklarla yapılan görüşmede ise aile fertlerinden yalnızca birinin bulunması istenmiştir. Bu uygulamadaki temel amaç katılımcıların görüşme esnasında kimsenin etkisinde kalmadan soruları içtenlikle ve rahatlıkla yanıtlamasını sağlamaktır. Görüşmede ebeveynlere öncelikli olarak medya kanallarına, akıllı işaretlerine ve medya okuryazarlığı eğitimine yönelik kendi bilgi, görüş ve fikirlerini belirtebilecekleri sorular yöneltilmiştir. Çocuklarla yapılan derinlemesine görüşme kapsamında ise çocuklara medya alışkanlıklarına ve akıllı işaretleri bilme ve dikkate alma durumlarına yönelik çeşitli sorular sorulmuştur. Soruların çocukların anlayacağı dilde basit ve yalın ölçüde olmasına ve çocukların görüşme esnasında sıkılmadan görüşmeyi sürdürmesine dikkat edilmiştir.

Görüşme sonrasında araştırmanın amacı doğrultusunda veri azaltma yoluna gidilmiştir. Bu doğrultuda çalışmada kullanılacak veriler belirlenmiş, çalışmanın amacı dışında kalan veriler ise dışarıda bırakılarak bir sınıflandırma yapılmıştır. Çalışmada kişisel verilerin korunması kapsamında katılımcıların isimleri kodlanarak verilmiştir. Yetişkin katılımcılar için Y, çocuk





katılımcılar için ise Ç kodları kullanılmıştır.

## Yetişkin İzleyici Görüşmeleri ve Bulguların Değerlendirilmesi

Çalışmanın amacına uygun olarak katılımcılara öncelikli olarak medya araçlarının hayatındaki yeri, önemi ve etkisini anlamaya yönelik sorular yöneltilmiştir. Böylece bireylerin medya araçlarına yüklediği anlamları, medya araçlarının bireylerin hayatındaki işlevini ve etkisini ortaya koymak mümkün olacaktır. Daha sonra ise izleyicileri medyanın olası etkilerine yönelik korumaya yönelik geliştirilen politikalara yönelik sorular yöneltilmiştir.

### *Medyanın Yetişkinler ve Çocuklar Üzerindeki Etkisine Yönelik Katılımcı Görüşleri*

Gerek yetişkinlerin gerekse çocukların en sık başvurdukları medya araçlarının başında televizyon ve internet gelmektedir. Bu mecralara ayrılan sürelerin fazlalığıyla etkilenme düzeyleri arasında ise doğru orantı olduğu gözlemlenmiştir. Bu durum ise bizi, bireylerin olumsuz yönde en çok etkilendiği mecraların televizyon ve internet olduğu sonucuna götürmektedir. Nitekim gerek bu konuyla ilgili yapılan diğer araştırmalarda gerekse bu çalışmadaki katılımcı görüşleri bu kanıyı destekleyici niteliktedir. Medya-izleyici ilişkisi çerçevesinde görüşme esnasında elde edilen veriler doğrultusunda katılımcılara “genel olarak medyanın, özelde ise televizyon ve internetin siz ve çocuklarınız üzerinde fiziksel, ruhsal ve bilişsel açıdan etkiler bıraktığını düşünüyor musunuz? Bu etkiler genel olarak olumlu mu, olumsuz mu? sorusu yöneltilmiştir. Buna göre katılımcılardan Y1 internetin ve televizyonun etkilerine yönelik görüşlerini aşağıdaki ifadelerle açıklamaktadır:

“Genel olarak medyanın, özelde ise televizyon ve internetin biz ve çocuklar üzerinde fiziksel, ruhsal ve bilişsel açıdan bıraktığı etkiler açıktır. Daha çok izleyici çekebilmek adına sansasyona, magazine, şiddete (geçimsizliğe) dayalı içeriklerin çoğunlukta olduğu bir medya dünyasında medya araçlarının bireyler üzerindeki etkilerinin çok da pozitif olduğu söylenemez. Hepimiz hatırlarız, Pokemon adlı çizgi filmi izleyip de evinin balkonundan aşağı atlayıp, yaralanan çocukların varlığına dair haberleri. Eğer, bu konuda kendimden bir örnek verecek olursam, şunu söyleyebilirim. Zannediyorum ki 2002 yılıydı. Bir arkadaşımın sinemaya gitmek istedik ve gittiğimiz sinemada “We were soldier” isimli ABD filmi gösterimdedi. Bu filmi izleyenler bilirler, filmde ABD’nin propagandası yapılmaktadır. Vietnam’daki savaşın konu edildiği bu filmde kurgu ABD askerlerinin iyi, karşı tarafın kötü, acımasız ve barbarlığı üzerinedir. Bu öyle bir kurguydu ki, savaş sahnelerinin etkisi halen aklımda, sinemadan çıkarken sanki ben o filmdeki bir savaşçıydım ve gördüğüm herkes de sanki bir düşmandı.”

Yüksek lisans mezunu Y2 ise televizyon ve internet etkileri üzerine bilinçli bir şekilde yaklaşılması durumunda medyanın etkilerinden kaçınılmasının mümkün olmayacağı noktasından hareketle şu ifadeleri sarf etmektedir:

“Doğru programlar seçilmediğinde çok olumsuz olacaktır diye düşünüyorum. Belgesel bile izlerken bir anda reklamda koku filmi jeneriği girebiliyor ve çocuklar bundan kötü etkileniyor. Çocuklara fark etmeden dünyayı çok güvensiz bir yer olarak aşıyor olabiliriz. İnternetteki oyunlar ise bir tuzak gibi. Çocukların geleceği





ile oynuyor olabilir diye düşünüyorum. Çocuklar savaşmak, ölmek ve öldürmek kavramlarını çokça kullandıklarından herhangi bir probleme ileride bu üç seçenek üzerinden varmaya çalışabilirler. Bu gelecek için büyük tehdit. Bizler Heidi, Polyanna çocukları idik. Karamsarlık yoktu. Şimdilerde gençler daha mutsuz. Ayrıca beden sağlıkları açısından da (göz, duruş bozuklukları, algı sorunları vb.) olumsuz etkileri var.”

Y3 isimli katılımcı medyanın hayatın her alanında yer aldığını ve bu nedenle teknolojik dünyanın içerisine doğan çocukların medya araçlarından uzak tutulamayacağını vurgulamaktadır. Bir taraftan medyayı gereklilik noktasında ele alan, diğer taraftan ise bilinçli davranılmaması durumunda medyanın birey üzerindeki etkilerinin zaman içerisinde onarılamayacak bir boyuta erişeceğini ifade eden katılımcı televizyonun etkilerine yönelik görüşlerini şu şekilde açıklıyor:

“Medyanın çocuklar üzerindeki etkisini bilsek de onları bu çağda bu teknolojilerden mahrum bırakmak pek mümkün değil. Medya bir yandan her şeyden haberdar olan “çokbilmiş çocuklar” yaratırken, bir taraftan da ruhsal ve bilişsel açıdan ileride onaramayacağımız hasarlar bırakabiliyor. Eğitici televizyon programları çocukların bilgi düzeylerini artırabilir ya da hayal güçlerini geliştirebilir. Ama diğer yandan gerçek ve kurgu ayrımını fark etmeyen çocuk kendisini bambaşka bir dünyanın içinde buluyor, daha okumaya başlamadan önce ikonları, sanal dünya kahramanlarını ve televizyon simalarını öğreniyorlar. Hatta kimi zaman televizyondan öğrendikleri bazı davranış kalıplarını gerçek hayatta da uygulamaya çalışıyorlar.”

Televizyona yönelik iki yönlü bir yaklaşım sunan Y3 aynı şekilde internetin etkilerine yönelik olarak da hem olumlu hem de olumsuz olmak üzere iki bakış açısı sunarak düşüncelerini aşağıdaki şekilde ifade ediyor:

“İnternet ise bir taraftan dünyayı global bir köye çevirirken diğer yandan tehlike bir silah olarak karşımıza çıkmaktadır. Çocuklar internet sayesinde her türlü bilgiye rahat bir şekilde ulaşabilmektedir. Yoğun bir enformasyon bombardımanı, yoğun bir bilgi kirliliği ve sorgulamayan, düşünmeyen bir nesil... Geçmişte sokakta oynayan çocuklar, bugün dijital oyunlarla vakit geçirmekteler. Bizim neslin bildiği kimi oyunlar artık “geleneksel” olarak tarihin tozlu sayfalarında yerlerini almaya başladı bile. İlk zamanlar oyalamak ya da yemek yedirmek gibi gerekçelerle verdik ellerine tabletleri, telefonları... Sonunu hiç düşünmedik belki ama gün geliyor çocuklarımız onlara teslim oluyor. Nasıl ki bir bağımlıyı hayata döndürmek zorsa, çocuklarımızı da ondan koparmak o kadar zor artık.”

Bu soruyu diğer katılımcılardan farklı olarak kendi etkilenme durumu üzerinden okuyan Y4 isimli erkek katılımcı ise 10-15 yıl öncesine kadar televizyonda gördüğü şeylerden psikolojik olarak etkilendiğini ifade etmektedir. Şimdilerde, geçmişe göre daha bilinçli olduğunu ve ekranda gösterilenlerin büyük bir abartı olduğunu farkında olduğunu ifade eden Y4, televizyonun etkilerini en aza indirmek için mümkün merteye televizyon izlemediğini belirterek bu konudaki görüşlerini şu şekilde ifade etmektedir: “Televizyon ve internetin faydadan çok





zararları var. İnsanın medya karşısında saatlerce oturması demek fiziksel olarak deforme olması, sosyal olarak ise ilişkilerinin bozulması ya da azalması demektir. Benim için medya araçları haber edinme ve internet üzerinden araştırma yapma noktasında önem kazanmaktadır.”

Bir diğer katılımcı olan Y5’in internete yönelik endişesi daha çok internet kullanma becerisinin iyi düzeyde olmaması, internet üzerinde dolandırılmanın kolay olması ve ayrıca bireylerin sahip olduklarıyla yetinmemeye başlamaları noktasında ortaya çıkmaktadır:

“İnternetin gelmesiyle korku, endişe en çok da dolandırıcılık, bizi tedirgin etmeye başladı. Mesela akıllı telefonda ben bir programı indirecektim yanlış bir tuşa basmışım, çok tedirgin oldum günümüz koşulları her halde bizi bu duruma getiriyor ki yanlış bir şey yaparım da başıma bir şey gelir. İnternetin olmadığı zamanlarda masun olan tedirginliklerimiz internetle birlikte farklılaştı, İnternetin benim açımdan olumsuz olan bir yanı da kıyaslama yapmaya yöneltiyor, güzel şeyleri görünce benim niye yok diyebiliyoruz, ama azla yetinmek zorundayız. Hayal güçlerini güçlendireyim, güzel şeyler vereyim derken yanlış şeyler de olabiliyor internete. Mesela ben 6 yaşındaki torunum için çok endişeliyim. Ben nasıl davranacağımı bilemiyorum ve bu konuda bilgi almaya çalışıyorum.”

Medya-izleyici ilişkisi kapsamında televizyon ve internete yönelik daha çok çocuk odaklı yaklaşımların söz konusu olduğu görülmektedir. Yetişkin katılımcıların bu konuda kendi etkilenme düzeylerini çok fazla değerlendirmemeleri dikkat edilmesi gereken bir husustur. Hiç şüphesiz medyanın olası olumsuz etkilerinin ilk tohumları çocuklar ve gençler üzerinde yeşermektedir. Ancak medya konusunda eğitim almamış yetişkinlerin de kolay bir biçimde bu etkilere maruz kalabileceği aşikârdır. Nitekim medya etkileri zaman içerisinde ortaya çıkmaktadır. Medya karşısında çok fazla zaman harcayan kişilerin algı ve inançları medya iletileri tarafından yavaş yavaş şekillendirilmektedir. Bu açıdan medyanın etkileri hemen ortaya çıkmamakta tam aksine zaman içerisinde birikerek gerçekleşmektedir. Bu ise yetişkin bireylerin etkilenme ihtimallerini ya yok saydıklarını ya da fark edemediklerini ortaya koymaktadır.

Bu noktada katılımcı görüşlerinde dikkat edilmesi gereken bir diğer husus da izleyicilerin medyanın daha çok ruhsal ve psikolojik etkileri üzerinde durduğu ve fiziksel etkilerine yönelik çok fazla görüş belirtmemeleridir. İzleyicilerin ortak kaygısı ise çocukların geleceğine yöneliktir.

### **Akıllı İşaretlere Yönelik Yetişkin Katılımcı Görüşleri**

Bu bağlamda öncelikle görüşme esnasında izleyicilerin akıllı işaretlere yönelik bilgisi test edilmeye çalışılmıştır. İzleyicilere öncelikli olarak akıllı işaretler hakkında bilginiz var mı sorusu yöneltilmiş ve izleyicilerin büyük bir kısmı bu soruya “hayır” yanıtını vermiştir. Ancak bu işaretler görsel olarak gösterildiğinde ise katılımcıların önemli bir bölümü bu işaretleri “bildiğini” ancak “tamamen vâkıf olmadıklarını” dile getirmiştir. Katılımcılardan birkaçının bu konudaki görüşlerini aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

Y6 isimli katılımcının akıllı işaretlere yönelik bilgisini “Akıllı işaretlerin hepsini bilmiyorum genelde üç dört tanesini görüyorum, mesela şiddet içerikli olanı biliyorum, 7 yaş, 13 yaş ve aile onları biliyorum ama diğerlerini bilmiyorum” şeklinde ifade ederken Y5 ise akıllı işaretleri bilme





düzeyini şu şekilde açıklıyor:

“Bu işaretleri torunum sayesinde öğrendim. Babaanne bu bize göre değilmiş ama ben merak ediyorum diyor. Ne varmış önce bir bakayım eğer çok korkulu değilse seyrediyim diyor. Bu işaretler genel izleyici (aile ve çocuklar izleyebilir), 7 yaş ve üstündekiler, 13 yaş ve üstündekiler, 18 yaş ve üstündekiler izleyebilir anlamına geliyor. Korku, şiddete bağlı bunu hemen anlıyorum, bu da cinselliği ifade ediyor, zannedersen anne ve babaların seyredebileceği anlamına geliyor. Ama şunu (olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar) bilmiyorum, çizgi olanı, tamamen yasak anlamına mı geliyor? Ben bu işarete hiç denk gelmedim. Gözüme çarpmadı bu. Ama trafik işareti gibi geliyor bana. Televizyonda en çok gördüklerim genel izleyici ve 7+ dır.”

Y7 akıllı işaretlere yönelik olarak “Aile, 7 yaş üstü ve 13 yaş ve üstü” ile ilgili olan simgeleri bildiğini ancak diğer simgelere yönelik kesin bilgisinin olmadığını ifade etmektedir. Yüksek lisans mezunu olan Y2'nin bu yöndeki açıklaması ise şu şekildedir: “Sadece 13, 18, 7 yaş ve üzeri gibi simgeleri ve şiddet içeriyor uyarısını biliyorum. Açıkçası televizyon pek seyretmediğim için çok inceleme ihtiyacı duymadım.” Y8 isimli erkek katılımcı ise akıllı işaretlerin yaş ile ilgili olanların hepsini bildiğini ancak içerik ile ilgili olanlardan sadece şiddet ve cinsellekle ilgili olanları bildiğini, diğerleri hakkında ise hiçbir fikrinin olmadığını ifade etmektedir. Y9 isimli katılımcının bu soruya cevabı ise şu şekildedir:

“Akıllı işaretler dediğiniz şu şey büyükler küçükler, şu yaşlar, onlar değil mi? Aşağı yukarı biliyorum zannediyorum. Akıllı işaretler sadece televizyonda geçerli ise eğer internette rastlamadım. Televizyon programlarında aile simgesini biliyorum, yaşları biliyorum, şiddet içeren işaretleri biliyorum ama bilmediğim vardır yine de.”

Bu işaretlerin tam olarak ne anlama geldiğine yönelik soruya ise Y5 pek bilgisinin olmadığını ifade ederken, bu işaretleri yakından takip ettiğini söyleyen Y3 ise şu cümleleri dile getirmektedir: “RTÜK tarafından geliştirilen televizyon yayınlarının içeriğiyle ilgili bilgilendirici bir uygulama. Aslında çocukları ve gençleri televizyonun olası zararlı etkilerinden korumak için tasarlanmıştır. Bu uygulama ile çocukların program seçimine aileler karar veriyor.” Yine akıllı işaretlerin tam anlamıyla ne ifade ettiğine yönelik bilgisi olduğunu belirten katılımcı Y1 Söz konusu işaretlerin bizleri ve çocukları yönlendirme işlevini taşıdığını ifade etmektedir.

Erkek katılımcı Y10 genel olarak sembol ve simgelerin anlamlarını bildiğini ve bunlardan en çok rastladıkları simgelerin genel izleyici, 7 yaş ve üstü ve şiddet içerikli sembol olduğunu ifade ederken Y4 bu işaretlerin anlamlarına yönelik daha detaylı bir açıklama yaparak şunları ifade etmektedir: “akıllı işaretler şiddet, korku ve cinsellik ile ilgili izleyiciye bilgi vermektedir. 7+ işareti bu yaşın üstündeki kişilerin izleyebileceğini, 13+ işareti şiddet ve korku içerdiğini, 18+ işareti ise şiddet ve korku içerdiğini göstermektedir. Görüldüğü üzere Y4 korku ve şiddeti farklı kategoriler olarak değerlendirmekte ve yaş temelli kategoriyi içerik temelli olarak kategorize etmektedir. Katılımcılardan Y11 ve Y12 ise olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar simgesi dışında bütün simgeleri doğru bir biçimde ifade etmiştir.





Görüşmeler neticesinde elde edilen bulgulara göre erkek katılımcıların bu işaretlerin anlamlarını kadın katılımcılara göre daha iyi bildikleri gözlemlenmiştir. Katılımcıların genelini yaş kategorisindeki simgelerin anlamını bildikleri ancak içerik ile ilgili sınıflandırmadaki simgelere yönelik çok fazla bilgi sahibi olmadıkları ortaya konmuştur. İçerik ile ilgili olan simgelerden en çok bilinen işaret ise “şiddet/korku” ile ilgili olandır. Bu simgenin anlamı bütün katılımcılar tarafından bilinmektedir. Ancak katılımcıların geneli şiddet/korku simgesini ayrı kategoriler olarak değerlendirmektedir. “Cinsellik” simgesi ise katılımcıların bir kısmı tarafından bilinirken, “olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar” simgesinin anlamı sadece 2 katılımcı tarafından açıklanabilmiştir. Ayrıca bu simge bir katılımcı tarafından trafik işaretine benzetilmiş ve “tamamen yasak olduğu” anlamında ifade edilmiştir. Ayrıca katılımcılardan birinin bu işaretleri torunum sayesinde öğrendim demesi de önemli bir bulgu olarak değerlendirilebilir. Nitekim çocukların da bu konuda bilinçlenip kendileri için hangi programların uygun olup olmadığı konusunda karar verebilmeleri gerekir. Günümüzde çocuklar teknoloji karşısında çoğu zaman tek başına vakit geçirmek zorunda kalmaktadır. Bu bağlamda sadece “yetişkinlerin çocukları değil”, “çocukların da yetişkinleri” yönlendirebilmesi açısından önemlidir.

### **Akıllı İşaretlerin Caydırıcı Etkisine Yönelik Yetişkin Katılımcı Görüşleri**

Çerçevesiyle akıllı işaretlerin izleyicileri bilgilendirme ve bu doğrultuda caydırma işlevine ne düzeyde sahip olduğunun ortaya konması ve izleyici olarak, bireylerin bu işaretlerden yeterince yararlanıp yararlanmadıklarının tespiti araştırmacı açısından önem taşımaktadır. Bu nedenle görüşmeler esnasında katılımcılara bu yönde de çeşitli sorular sorulmuştur. Görüşmeye katılan Y1 akıllı işaretlerin bireyin medyaya yönelik bilinçlenmesini güçlendiren bir uygulama olduğunu ifade ederek bu konudaki görüşlerini şu şekilde açıklıyor:

“Oğluma akıllı işaretlerle ilgili gerekli bilgilendirmeyi yaptım. Oğlum program tercihlerini buna dikkat ederek yapıyor. Hatta 7. yaşına girdiği ilk gün söylediği “Anne artık 7 yaş üstü çizgi filmleri izleyebilecek miyim?” oldu. Akıllı işaretlerin program tercihlerimizi belirlemede önemli etkileri oldu. En azından biraz daha içim rahat ediyor.”

Y5 isimli katılımcı ise izlediği programların kendisi açısından herhangi bir sakınca yaratmadığını ileri sürerek akıllı işaretlerin kendisi açısından program tercihini etkilemediğini sadece çocuklarla birlikte televizyon izlerken caydırıcı bir nitelik taşıdığını ifade ettiği cümleleri şu şekildedir:

“Göz alışkanlığını medya zamanla kazandırıyor. Mesela diyor ki sen sağ üst köşeye bakacaksın, ben de her televizyon açtığımda ister istemez o noktaya bakıyorum. Ben eğer yalnızsam bu işaretleri göz önünde bulundurmuyorum benim açımdan sorun yok, ama yanımda çocuklar varsa o zaman bu işaretlerin caydırıcı etkisi oluyor.”

Y2 isimli katılımcı da bu işaretleri yalnızca çocukları ile birlikteyken dikkate aldığını ve yaşlarının üzerinde bir uyarı olduğu ya da şiddet içerdiği durumlarda kanalı mutlaka değiştirdiğini ifade etmektedir.

“Akıllı işaretlerin yetersiz olduğunu ve bireyleri zararlı içeriklerden koruyacak etkin bir uygulamanın henüz gündemde olmadığını düşünen Y12 bu işaretleri





önemli bulduğunu ama program içeriklerine yönelik çok da uygun olarak kullanılmadığını düşündüğü için çok da fazla dikkate almadığının altını çizmektedir. Akıllı işaretlerin yeterliliği konusunda eleştirel yaklaşım sunan bir diğer katılımcı olan Y7 ise “Akıllı işaretler bana göre çok önemli değil. İzlemek isteyen yine o programı izliyor. Caydırıcı olması açısından da çok yeterli görmüyorum. Önemli bir uygulama olabilir ama işleniş biçimi yanlış geliyor bana” şeklinde bir görüş sunmaktadır.”

Akıllı işaretlerin bazen bir programı cazip hale getirdiğini düşünüyorum diyen Y4’ün görüşüne benzer bir yaklaşımı da Y8 isimli katılımcı sergilemektedir:

“Bu işaretler çoğu zaman bir programı benim açımdan cazip hale getiriyor, ancak caydırıcı olduğu zamanlar da oluyor diyebilirim. Bu tamamen o gün ne izlemek istediğim ve nasıl bir ruh halinde olduğumla ilgili bir durum. Ama doğrusunu söylemek gerekirse bu uygulama ikna etmek açısından çok yeterli değil, ya da uygulanış şeklinde istismarlar olabilir. Örneğin bir dizinin ilk bölümünden son bölümüne kadar aynı işaretlerin kullanıldığını düşünüyorum. Hâlbuki bir dizi ilk etapta gayet aile düzeyinde hazırlanmış olsa da ilerleyen bölümlerde uygun olmayan içerikler de olabiliyor.”

Bu konuda diğer katılımcılardan daha farklı bir yaklaşım gösteren Y11 bilinç konusunda bireye önem atfetmekte ve bu konuda izleyicilere yönelik eleştirel bir yaklaşım sunmaktadır. Bununla birlikte bireyi bilinçlendirme konusunda asıl önemli olan şeyin medya okuryazarlık eğitimi olduğunun da altını çizmektedir:

Söz konusu işaretlerin bizleri ve çocukları yönlendirmek açısından yeterli olduğunu düşünüyorum. Sonuçta bu işaretler birer rehber, bu konuda birey ya da aile bilinçli olmalı. Birey herhangi bir program öncesinde görmüş olduğu koruyucu işareti anlamlandıramıyorsa, görmüyorsa zaten yapacak bir şey yok. Eminim ki birçok medya kullanıcısı bu işaretlerden bihaber, bu işaretleri anlamlandırmaktan uzak durumda. Yani Anadolu’nun en ücra köşesinde, yaygın eğitim görmemiş bir kişinin bile bu işaretler hakkında bilgisi olması gerektiğini düşünüyorum. Tabi ki bunun için de mutlaka bireylere medya okuryazarlığı hakkında bilgi verilmeli diye düşünüyorum.

Akıllı işaretlere yönelik katılımcıların ortaklaşan görüşleri önemli bir uygulama olarak değerlendirilmesi, dikkat çekiciliği açısından yeterli olmadığı düşünülmesi, içeriği kapsayıcı biçimde kullanılmaması yönünde iken farklılaşan görüşleri ise caydırıcılığına ve bilinçlendirme etkisine yöneliktir.

Görüldüğü üzere akıllı işaretler yetişkinler tarafından genel anlamda yararlı olarak görülmesine rağmen çok fazla dikkate alınmamaktadır. Bunun nedenleri arasında yeterince kapsayıcı olmadığı ve dikkat çekmediği ileri sürülmektedir. Bununla birlikte katılımcıların önemli bir kısmı daha çok çocuklarla birlikte olduklarında bu işaretleri dikkate aldıklarını ifade etmektedir. Aynı zamanda kimi katılımcılar bu işaretlerin bazen kendileri için o programı daha cazip kıldığını ifade etmektedir. Akıllı işaretlerin her biri medya-birey ilişkisinde izleyiciye yol göstermesi amacıyla tasarlanmıştır.





## Medya Okuryazarlığı Politikasına Yönelik Yetişkin Katılımcı Görüşleri

Çalışma kapsamında ayrıca katılımcılara medya okuryazarlık kavramını daha önce duymadıkları, bu kavramın ne anlama geldiğini bilip bilmediklerine yönelik sorular da yöneltilmiştir. Görüşme esnasında katılımcılardan 2 kişi dışında diğerlerinin bu kavrama yönelik bilgilerinin olmadığı görülmüştür. Görüşme sırasında görüşmecilere bu kavramın ne anlama geldiği açıklanmış ve devamında yetişkinlere yönelik medya okuryazarlık eğitimi/kursları düzenlenmesi halinde bu kursa/eğitime katılmak isteyip istemedikleri sorusu yöneltilmiştir. Bu doğrultuda elde edilen cevaplar arasında bütün katılımcıların böyle bir eğitime -bazı görüşmeciler çevrimiçi (online) olarak verilmesi halinde- katılmak istediklerini ifade ettikleri görülmüştür. Bu konuda görüş bildiren katılımcıların görüşlerinden bazıları aşağıda sunulduğu gibidir:

54 yaşındaki Y5 isimli katılımcı bu konuda yetkililere seslenerek medya okuryazarlık eğitimi konusunda ne kadar istekli olduğunu aşağıdaki cümleleriyle özetliyor:

“Medya okuryazarlık dersini daha önce duymadım. Ama eğer bizi bilinçlendirici bir şeyse böyle bir eğitimi almak isterim. Mesela bilinçlendirme amaçlı üç-beş seans bir şey yapılabilir. Rahatlıkla buna katılabilirim. Bunu özellikle yetkililerden istihram ediyorum.”

Medya okuryazarlığı kavramını daha önce duymadığını belirten Y9 isimli katılımcının medya okuryazarlık eğitimi konusundaki görüşünü “Daha önce duymadım ama İnternet üzerinden olursa mutlaka katılırım. Çocuklarım küçük olduğu için bu şekilde biraz zor olur, yararlı olacağına inanıyorum, biz ebeveynlere çok şey kazandırır” şeklinde ifade ederken Y6 yetişkin eğitiminin önemine vurgu yaparak şunları ifade ediyor:

“Öncelikle yetişkinleri eğitmek çok daha doğru olur. Sonuçta çocukları yetiştiren onlar. Böylece sorun baştan çözülmüş olur. Akıllı telefonlar, bilgisayarlar artık her bireyin günlük hayatında önemli bir yer edinmiş. Akşam onlarla uyuyoruz, sabah onlarla uyanıyoruz. Bu konuda bilinçlenmemizi sağlayacak eğitim olursa bence toplum olarak daha iyi bir gelecek sunarız.”

Y12 ise bu yönde oluşturulacak kursların bireye çok yönlü etki edeceğini vurgulamaktadır:

“Bence medya okuryazarlık dersi en az matematik, Türkçe dersleri kadar önemli. Bu ders bence çocuklara yönelik de zorunlu olmalı. Yetişkinlere yönelik böyle bir uygulamanın da her anlamda çok faydalı olacağını düşünüyorum. Eskiden halk eğitimi merkezlerinde çeşitli kurslar, eğitimler düzenlenirdi, mesela annem o şekilde okuma yazma öğrenmişti. Bence yine bu tarzda bir kurs çok faydalı olacaktır.”

Medya okuryazarlık kavramını daha önce duymamalarına rağmen görüşmeye katılan her izleyici medya okuryazarlık eğitiminin gerekliliğinin altını çizmektedir. Yukarıdaki görüşler doğrultusunda medya konusunda bilinçlenmenin önemli olduğu anlayışı ile izleyiciler, medyanın olumsuz etkilerini en aza indirmeye çalışarak kendileri ve çocukları için daha sağlıklı bir







gelecek kurma arzusu içinde oldukları ve ayrıca çocuklarını toplumsal hayatta daha görünür ve bilinçli bireyler olarak yetiştirmelerini sağlama düşüncesi içerisinde oldukları sonucuna ulaşmak mümkündür.

## Çocuk İzleyici Görüşmeleri ve Bulguların Değerlendirilmesi

### Medya Alışkanlıklarına Yönelik Çocuk Katılımcı Görüşleri

Medyanın etkilerine yönelik araştırmaların ve bu bağlamda geliştirilen kamu politikalarının daha çok çocuk odaklı olduğunu vurgulamak yerinde olacaktır. İletişim teknolojilerinin gelişmesi, kullanıcı yaşının düşmesi, ihtiyaç duyulan gereksinimlerin daha çok iletişim teknolojileri aracılığıyla sağlanmaya başlanması gibi nedenler çocuklara yönelik bu endişelerin daha da artmasına neden olmaktadır. Medya karşısında çocuğun çok uzun saatler geçirmesi dil becerisi, odaklanma sorunu, çocuk depresyonu, hareket azlığına bağlı rahatsızlıkların oluşması gibi fiziksel, ruhsal ve bilişsel birtakım sorunların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Çalışma açısından daha doğru bir yaklaşım sunmak amacıyla ebeveynlerin çocuklarının medya alışkanlıklarını değerlendirmeleri kadar, bu konuda çocukların da medya alışkanlıklarına yönelik görüş ve değerlendirmeleri de önem taşımaktadır. Bu bağlamda çalışma kapsamında 10 çocuk ile yarı yapılandırılmış derinlemesine görüşme yapılmıştır. Medya alışkanlıklarını tespit etme amacıyla yöneltilen soruya 3,5 yaşındaki Ç1 televizyon izlerken başı ağrıdığını bu nedenle çok fazla televizyon izlemediğini daha çok interneti (akıllı telefon, bilgisayarı), Youtube'dan bir şeyler izlemeyi sevdiğini dile getirirken, 9 yaşındaki Ç2 da benzer şekilde daha çok ipad ya da bilgisayar kullanmayı sevdiğini belirtmektedir. Günde 2 ya da 3 saat bilgisayar/ipad kullandığını ifade eden Ç2 televizyon izlemeyi pek sevmediğini sadece ailesinden birileri izlerken onlarla birlikte oturup izlediğini belirtmektedir. Bu cevaba bağlı olarak peki onlar hangi programları izliyorlar ve bu programların senin için uygun olduğunu düşünüyor musun ya da burada gördüğün kan, şiddet gibi şeyler seni etkiliyor mu? sorusu yöneltilmiş ve Ç2'nin bu soruya cevabı ise şu yönde olmuştur: "Onlar şey Arabistanlı falan bir şeyler izliyor ben de onlarla izliyorum. Bu beni etkilemiyor ama şey bir keresinde (...), bir komşumuza gitmiştik onun telefonunda bağlantı olduğu için korku filmleri açmışlardı bakınca biraz tırstım." Bu cevap üzerine katılımcıya yaşına uygun olmamasına rağmen neden izlemek istediği sorusu yöneltilmiş ve katılımcı bu konuda kendisini o filmi izlemeye yönelten 2 neden olduğunu söylemiştir. Katılımcı bu yöndeki düşüncesini şu şekilde açıklamaktadır: "Benim onu izlememin sebebi hem birazcık merak ettim hem de biraz mesela içimden dedim ki ablaclar izliyor bende izlerim. Bazen onu izledim, bazen tabletle oynadım."

Daha çok yetişkinlere yönelik programları (İstanbullu gelin, Kiralık Aşk vb.) izlemeyi sevdiğini belirten Ç3 televizyon karşısında çok fazla vakit geçirmedeğini ancak ipad karşısında çok fazla vakit harcadığını belirtmektedir. İpad'de daha çok oyun oynadığını belirten katılımcı oyunları daha çok kendisinin belirlediğini ifade etmektedir. Bunun üzerine katılımcıya peki oyunlarda sana uygun olmadığını düşündüğün şiddet içerikli bir durum var mı? sorusu yöneltilmiş ve katılımcı bu konudaki görüşlerini şu şekilde ifade etmiştir: "Var, savaş oyunları falan. Daha az olmalı, beni etkiliyor biraz, (...) günlük hayatımda yani." Her gün yaklaşık 4 saat televizyon izlediğini söyleyen Ç4 isimli katılımcı ise Boomer TV izlerken çizgi filmlerden korktuğunu, en çok dizileri (Vatanım Sensin) izlemeyi sevdiğini belirtmektedir. Televizyonun gözlerini bozduğunu da belirten çocuk katılımcı dışarı çıkıp oynayamadığından/can sıkıntısından vaktinin büyük bir





bölümünü televizyon karşısında geçirdiğini ifade etmektedir. Ç4 isimli katılımcının tam aksine arkadaşlarıyla saklambaç, yakalamaca, yakar top oynamaktan büyük keyif aldığını belirten Ç5'in medya araçlarını kullanma sıklığını ifade ettiği cümleleri ise şu şekildedir:

“Televizyon seyretmeyi çok seviyorum. Evdeyken televizyonu hiç kapatmıyorum. Çünkü sessizlik olduğunda korkuyorum. Televizyon sesi bana güven veriyor. Ama interneti çok kullanmıyorum. Çünkü bir iki saati geçince annem babam beni uyarıyor.”

Televizyonda ve internette daha çok neler izlediğini, nasıl vakit geçirdiğini belirlemek için yöneltilen soruya ise “Çizgi film izliyorum (Doremon, Keloğlan, Miles Yarının Ötesinde, Mcgween, Gumball) ve oyun oynuyorum. Youtube'dan video izliyorum. Ama arada bir ailemin isteği üzerine İngilizce öğrenmek için video izlediğim de oluyor” şeklinde yanıt vermiştir.

Günde en az iki saat bir şeyler izlemek için bilgisayar ve internet kullandığını söyleyen Ç6 televizyonda ise şiddet olmadığı için Rafadan Tayfa isimli çizgi filmi izlediğini ifade etmektedir. Ç6 medya ve günlük alışkanlıklarına yönelik ayrıca şu cümleleri de dile getirmektedir:

“Arkadaşarımla kovalamaca oynamayı seviyorum, onlarla 1 saat oynuyorum. Ama tablette oyun oynamak daha güzel çünkü orada oyunlar var, bir sürü oyunlar var, video var (...). Canım sıkılınca arkadaşarımla oynamak istemiyorum. Televizyonu 2 saat izliyorum, anne babam haber, dizi izleyince ben izlemiyorum, tabletimle oyun oynuyorum.”

3,5 yaşındaki Ç2 en çok interneti sevdiğini çünkü oradan arabalara bakabildiğini ifade etmektedir. Youtube kanalına kendi başına girebildiğini belirten Ç2 birçok arabanın ismini bildiğini ve bunları Youtube'dan öğrendiğini ayrıca açıklamaktadır.

Çocukların hangi programlardan daha çok etkilendiğini belirlemek amacıyla görüşme esnasında çocuklara televizyonlarda sevmediğin programlar var mı? Mesela şu olmasadediğin programlar hangisidir? şeklinde bir soru yöneltilmiştir. Örneğin Ç3'ün bu soruya yanıtı şöyle olmuştur: “Evlilik programlarını hiç sevmiyorum, şiddetli korkulu filmler olmasını da çok istemiyorum, başka da yok.” Katılımcının çizgi filmlere bakışını ölçmek için ise televizyonda gösterilen her çizgi film sence senin yaşına uygun mu? sorusu ayrıca yöneltilmiştir. Bu soruyu katılımcı şöyle açıklıyor: “Yani savaşlılar çok uygun değil bazıları bayağı sınırını geçiyor, çok savaşlı oluyor o yüzden uygun değil.” Eğlence teması üzerinden okuma yapan Ç5 isimli katılımcının cevabı ise şu şekildedir: “Haber programlarını sevmiyorum. Büyükler neden izliyor bunu anlamıyorum, hiç eğlenceli değil.” Ç7 isimli katılımcı ise çok fazla gürültülü olması sebebiyle siyaset programlarını sevmediğini ifade ederken, Ç8 sürekli felaket haberleri sunması nedeni ile Show TV haberlerini sevmediğini belirtmektedir. Sevmediği ya da sevdiği programları daha çok iyi-kötü karakterler açısından değerlendiren Ç2 ise bu konudaki düşüncelerini şu şekilde ifade etmektedir:

“Şimdi çok izlemediğim için isimlerini unuttum; ama benim izlediğim adamlar falan iyi, yani çok kötü adamlar izlemiyorum. Ama hiç kaçırmadan izlediğim dizi var. Şefkat Tepe. İşte, geçen gün yarısına kadar izleyebildim. Çünkü bizim





arabamız olmadığı için babamın arkadaşı ile geliyoruz o yüzden de biraz erken yattığım için onu kaçırmışım.”

Yetişkinlerin bir programı tercih etmesinde daha çok eğlence, haberdar olma ya da karakterler belirli olurken, çocukların bir programı sevip sevmemesinde daha çok şiddet, korku, iyi, kötü kavramları etkili olmaktadır.

Çocukların televizyon kanallarına yönelik bilgilerini ölçmek için televizyon kanallarının isimlerini bilip bilmediklerine yönelik de soru yöneltilmiştir. Buna göre çocukların genelinin çocuk (çizgi film) kanallarının (Disney Channel, TRT Çocuk Cartoon Network, Minika Go, Minika Çocuk, Planet Store) yanı sıra eğlence ve haber odaklı TV kanallarının (Fox, TRT1, Kanal D, Star TV, Show TV, National Geographic, Natgeowild) isimlerini de bildikleri gözlemlenmiştir. Elde edilen veriler neticesinde ayrıca yaş seviyesi arttıkça çocukların daha çok yetişkinlere yönelik kanal isimlerini belirttikleri, yaş seviyesi 7'nin altında olanların ise birçok çizgi film kanalının ismine hâkim olduğu belirlenmiştir.

Hiç şüphesiz ki televizyonun en önemli dinamiklerinden biri de reklamlardır. Reklamın amacı, “izleyeni anlamın yapısı, dilbilgisi ve görsel kodlarla ve imgelerle meşgul etmek, bu süreci de anlamlı hale getirmektir. Bu süreçte reklam, imgeleri, kodları, sosyal mitleri kullanır ve izleyicinin bunları hatırlamasını ve keyif almasını sağlamaya çalışır (Otan, 2014, s. 167). Her reklam satış odaklıdır ve her izleyiciyi kapsar. Bu bağlamda çocukların reklamlara karşı tutumlarını belirlemek amacıyla çalışmada bu yönde de birtakım sorular sorulmuştur. Örneğin reklamları izlemeyi seviyor musun ve gördüğün şeyleri aileden istiyor musun sorusuna Ç1 isimli katılımcı şu şekilde cevaplıyor: “Seviyorum. Babamın parası olunca oyuncak araba alacak, televizyonda gördüm ben onu.” Ç5 isimli katılımcı ise reklamlarda gördüğü şeyleri satın alma konusunda ailesine baskı yaptığını şu cümlelerle dile getirmektedir: “Evet çok güzel oyuncaklar var. Babamdan biraz çekiniyorum, anneme söylüyorum hatta onun başının etini yiyorum. Ama çoğunlukla almıyorlar.” Ç4 reklamlara yönelik tutumunu ise şu cümlelerle ifade etmektedir:

“Evet, çok seviyorum. Çünkü orada çok güzel oyuncaklar var. Ama annem babam çok pahalı diyorlar, o zaman kumbaramda para biriktiriyorum.” Ç2 ise reklamlara iki yönlü bir yaklaşım sunarak reklamları bazen sevdiğini bazen ise sevmediğini belirtmektedir. Reklamları sevip sevmeme durumunu ise şöyle açıklıyor: “Yani çocuklar için uygun olan şeyleri seviyorum ama büyükler için olanları sevmiyorum.” Gördüklerini ebeveynlerinden isteme(me) konusunda daha bilinçli bir yaklaşım sunan Ç2 isimli katılımcı bu soruyu ise şu şekilde ifade ediyor: “İstemiyorum, çünkü onları alamayacaklarını bildiğim için. Belki de alırlar ama ben istemiyorum.” Ç7 de benzer şekilde reklamlarda gördüklerini ailesinden istemediğini ifade etmekte ancak ailesinden istememe nedenini onların almayacağını bilmesine bağlamaktadır.

Ç10 reklamları hiç sevmediğini ve hep çizgi film izlemek istediğini belirtirken, Ç3 isimli katılımcı da benzer ancak diğer katılımcılardan biraz daha farklı bir yaklaşım sergileyerek reklamlara yönelik tutumunu şu şekilde dile getirmektedir: “Yok, çok sıkılıyorum yani. İzlemiyorum. Ama bazen sevdiğim de oluyor, çocuklu olanları, daha çok böyle komik olanları seviyorum. Annemlerden bazen bunları almasını istiyorum. Ama sonra alırım diyorlar sonra almıyorlar, bazen de alıyorlar.” Katılımcıya bu noktada ayrıca sen onları niçin istiyorsun, ihtiyacın olduğu için mi yoksa hoşuna gittiği için mi istiyorsun şeklinde bir soru yöneltilmiştir ve katılımcının bu soruya





cevabı ise “hoşuma gittiği için istiyorum” şeklinde olmuştur. Otan’ın da *Televizyonda Gerçeklik Algısı* (2014) isimli kitabında belirttiği gibi reklamların başarılı olabilmesi için artık sadece izleyicinin dikkatini çekmesi yeterli olmamaktadır. Aynı zamanda ihtiyaç yaratma ya da o ürüne sahip olmadığı takdirde eksik kalacağı hissini yaratma durumundadır. Günümüzdeki çocukların reklamlarda gördüklerini ebeveynlerinden ısrarcı bir tavırla isteme nedenlerinden biri de aslında reklamlar aracılığıyla “suni ihtiyaç duygusu”nun yaratılmasıdır. Nitekim bu konuda Ç4 isimli katılımcının annesi şu açıklamayı yapmıştır: “Reklamlarda gördüğü şeyleri çoğunlukla istiyor ve daha çok pahalı olanlara eğilim gösteriyor. Bazen reklamlarda gördüğü oyuncakları bulabilmek için bütün oyuncakçılara dolaşmak zorunda kalıyoruz.”

Görüldüğü gibi reklam endüstrisi; çocuk tüketiciler, suni ihtiyaçlar yaratırken aynı zamanda ebeveynleri de çocuklarının bu ürün karşısında alacakları hazı sağlama yükümlülüğü altına sokmaktadır.

### **Akıllı İşaretlere Yönelik Çocuk Katılımcı Görüşleri**

Medya karşısında ebeveynlerinin çocuklarına evet, bunu izleyebilirsin ya da hayır, bunu izleyemezsin şeklinde direktiflerde bulunmasından ziyade çocuklarına neyin doğru neyin yanlış olacağını öğretilmesi ya da koruyucu/bilgilendirici kamu politikalarının aşılması daha uzun soluklu bir çözüm yolu olarak değerlendirilebilir.

Akıllı işaretlerin çocuklar tarafından alınlanmasını ortaya koymak amacıyla çalışma kapsamında çocuklara bu yönde basit sorular sorulmuştur. Akıllı işaretler görsel olarak gösterildiğinde 3,5-14 yaş aralığındaki bütün çocuklar bu işaretlerden en az bir tanesine denk geldiğini ve bunun anlamını bildiğini belirtmiştir. Çocukların daha çok genel izleyici sembolü konusunda bilgi sahibi olduğu da ayrıca elde edilen bulgular arasındadır. Örneğin akıllı işaretleri bildiğini ifade eden Ç3’ten bunları tek tek anlamlarıyla birlikte ifade etmesi istendiğinde olumsuz davranış örnek teşkil edici sembolü dışında hepsini açıklayabilmiştir. Bu işaretleri yeterli bulduğunu belirten katılımcı bunlara “bazen dikkat ettiğini ve daha çok 13+ ve 18+ olanlara dikkat ettiğini bunların olması halinde izlemediğini ifade etmektedir. Ç3’e bu işaretleri yeterli bulup bulmadığı sorulduğunda ise şu ifadede bulunmuştur: “Daha küçük bebekler için de olmalı. Bazen 7+ olan bir şey izleyince korkabiliyorum. Mesela Transformers var, onu rüyalarımda görüyorum, ondan korkuyorum biraz robotlardan falan.”

Ç10 isimli katılımcı ise akıllı işaretlerden yalnızca 2 tanesini (genel izleyici ve 7+) daha önce gördüğünü ve anlamlarını bildiğini ifade etmiştir. İzlediği çizgi filmlerde bu işaretlerden hangisini gördüğünü sorduğumuzda ise Keloğlan isimli çizgi filmde 7+ simge sembolünü gördüğünü ifade etmektedir. Bazen şiddet içerikli görüntülerin de olduğunu belirten katılımcı bu görüntülerden etkilenmediğini de ifade etmektedir. Keloğlan isimli çizgi filmi şiddet içerikli olması (cadı ve vezirin kötü kalpli olması) nedeniyle çok sevmediğini, eğlenceli olması sebebiyle daha çok Pepe ve Elifin düşleri isimli çizgi filmleri daha çok sevdiğini de belirtmektedir. 7+ olan çizgi filmleri kardeşinin yaşı küçük olmasına rağmen onun da izlediğini belirten Ç10 bu işaretlerin daha küçük çocukları kapsayacak şekilde kullanılmasından yanadır. Haberleri izlerken çok sinirlendiğini ifade eden Ç2’ye akıllı işaretlere yönelik bilgisi sorulduğunda yaş içerikli olan bütün sembol ve simgelerin anlamını doğru ifade etmiş ancak içerik ile ilgili olan işaretlerden sadece şiddet içerikli ve olumsuz örnek teşkil edici davranışlar ile ilgili olanları gördüğünü belirtmiştir. Bu sembollerin ne anlama geldiği sorulduğunda ise cevabı şu şekilde olmuştur: “Bu ‘cam kırılğan





eşyalar var’, bu da ‘geçmemek’ demektir.” Bu işaretlerin önemli olup olmadığı sorulduğunda ise şu şekilde cevap vermiştir:

“Şimdi zaten yeteri kadar gösteriliyor (şiddet) bir de üstüne onlar gelirse insanlar artık bıkar, belki bunun içinde kötü bir şeyler var deyip izlemezler. Ama mesela şimdi böyle normal hali ile gösterirlerse insanlar bakar mesela. Ama mesela adamın çocukları var korkacağını düşünüyor o yüzden de açmıyor başka bir kanala geçiyor. Bazı babalar o başka bir yere gitsin deyip hemen o kanalı açıyor.”

Yaş içerikli olan sınıflandırmayı doğru şekilde ifade eden ancak içerik ile ilgili olan sınıflandırmayı daha önce görmediğini ifade Ç6’ya bu işaretleri dikkate alıp almadığı sorulduğunda şu şekilde bir açıklama yapıyor:

“Her gün rafadan tayfayı izliyorum kaçırınca internetten izliyorum. Televizyonda bilmediğim şeyleri izlemiyorum, kavga dövüş şeyleri de izlemiyorum. Evde internette kötü şeyler çıkıyor onları da izlemiyorum, ondan sonra da bilmediğim filmleri izlemiyorum, genel izleyici, 7+ görünce izliyorum ama diğerlerini izlemiyorum.”

“Akıllı işaretler konusunda anne ve babasının kendisini bilgilendirdiğini ifade eden Ç5 bu konuda daha bilinçli bir yaklaşım sunarak şu şekilde ifade ediyor: “Çizgi filmleri oradaki işaretlere bakarak izliyorum. 7 yaş üstü çizgi filmlere bakmıyorum. Kendi yaş grubuma göre izliyorum.”

Sinema salonunda izledikleri filmlerde akıllı işaretleri dikkate alma durumları da ayrıca çalışma kapsamında sorgulanmıştır. Örneğin, geçen sene sinema salonunda izledikleri filmi kendisi ve abisinin ortaklaşa karar verdiğini söyleyen Ç9 isimli katılımcı aşağıda belirtildiği şekilde bir açıklama yapıyor:

“Mesela geçen sene gittiğimizde hızlı ve öfkeliyi abimle izledik, ben ve abim tercih ettik, kuzenim dedi ki mesela şuna gitmek istiyorum dedi. Biz dedik ki ona, “o sıkıcı o olmaz gel biz buna gidelim”, o da “tamam” dedi. Valla önce yerime baktım, ondan sonra da film başladı zaten. Bu işaretlere dikkat etmedim.”

Ç9’a bu filmin kendisi için uygun olup olmadığı sorulmuş ve katılımcıdan şu yönde bir cevap alınmıştır: “Uygun olduğunu düşünmüyorum ama gene de izliyorum eğlenceli olduğu için. Bir de nasıl diyeyim aksiyonlu olduğu için. Mesela ondan önceki sene de Recep İvedik 5’e gitmiştim. Filmii sevdim yani adamın kendisi güzel olduğuna göre filmi de güzel olur.”

İki defa sinemaya gittiğini belirten Ç8 ise şu şekilde görüşünü açıklıyor: “Babam ve ablamla gittik, filme ben karar verdim. (...) Filmin adını hatırlayamadım şimdi. Ama bu işaretleri görmedim.” Sinemaya çok gitmediğini ve en son bir çizgi filme (animasyon) babasıyla gittiğini söyleyen Ç3 bu işarete dikkat etmediğini belirtmektedir. Katılımcılardan Ç1 ve Ç4 ise daha önce sinema filmini izlemeye gitmediklerini ifade etmiştir.





Katılımcıların açıklamalarından sinema salonunda izlenen filmlerde akıllı işaretlerin çocuklar tarafından dikkate alınmadığı görülmektedir. Film seçiminin ise genellikle çocukların tarafından yapıldığı ailelerin bu noktada karar merci olmadıkları görülmektedir.

Görüşmeye katılan çocukların hepsi akıllı işaretler ile ilgi az çok bilgi sahibidir. Yaş içerikli olan sınıflandırmayı birçok katılımcı doğru ifade ederken içerik ile ilgili sınıflandırmada katılımcıların büyük bir kısmının bilgi sahibi olmadığı gözlemlenmiştir. İçerik ile ilgili olan sınıflandırmada şiddet ile ilgili olan sembol ve simge katılımcıların çok azı tarafından doğru ifade edilmiştir. Ancak çocukların geneli sadece 13+ ve 18+ olan programları izlemediklerini ve bunların dışında kalan işaretleri program tercihi sırasında göz önünde bulundurmadıklarını ifade etmektedir. Akıllı işaretlerin program tercihi açısından çocuklar açısından da çok fazla dikkate alınmadığı belirtilebilir. Ancak çocuklar da tıpkı yetişkin katılımcılar gibi akıllı işaretlerin önemli olduğunu ifade etmektedir. Bununla birlikte katılımcılardan birkaçı yetersiz olduğuna dair vurgu yapmaktadır.

## SONUÇ

Medyanın olası etkilerinin en aza indirgenmesi amacıyla tüm dünyada çeşitli kamu politikaları uygulanmaktadır. Ancak söz konusu politikaların çerçevesi ve uygulanışı kadar izleyiciler tarafından nasıl alındığı da bu politikaların işlevselliği açısından önemli bir role sahiptir. Bu bağlamda bu çalışma, medya içeriklerinin ve bireyin medya içeriklerinden korunması amacı ile uygulanan kamu politikalarının izleyici tarafından alınlanma düzeylerini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Çalışma, medyanın birey üzerindeki etkileri ve medyanın olası etkilerine yönelik geliştirilen kamu politikalarının alınlanması şeklinde iki açıdan ele alınmıştır.

İzleyiciler, televizyonun bireye sağladığı faydalar konusunda bilgi edinme, haberdar olma, ekonomi ve ürün bilgisi hakkında bilgi edinme, zaman geçirme ve eğlenme noktasında görüş bildirirken, zararları konusunda ise şiddet eğilimini oluşturma, bağımlılık yaratma, toplumsal hayattan soyutlama, yalnızlaştırma, bir olayı ya da durumu dramatize etme, rol model oluşturma ve vakti gasp etme noktasında yoğunlaştığı görülmektedir. İnternetin ise araştırma yapma, alışveriş yapma, iletişim kurma, video, film izleme konusunda fayda sağladığı düşünülürken, güvenlik açığı, çocuk istismarı, bağımlılık oluşturma, yalnızlaştırma, zamanı ele geçirme gibi noktalarda ise zararlı olduğu ifade edilmektedir. Bireylerin medya içeriklerinde yer alan şiddet ve saldırgan davranışlardan, cinsel içeriklerden, madde kullanımından, kötü dil ve argo tabirlerden ya da ayırmacılık/ötekileştirme gibi unsurlardan etkilenme durumlarıyla ilgili görüşlere ise büyük ölçüde katıldıkları ortaya konmuştur ve katılımcıların büyük çoğunluğu bu unsurların olumsuz yönde etkilenmeleri noktasında oldukça etkili olduğu görüşünü sunmaktadır.

Görüşmeye katılan çocukların önemli bir bölümü başlangıçta medyada sunulan şiddet ya da olumsuz örnek teşkil edici davranışlardan etkilenmediğini belirtmesine rağmen ilerleyen süreçlerdeki ifadeleri esnasında medyada gördükleri şiddet ya da diğer zararlı içeriklerden etkilediklerini belirtmişlerdir. Bu durum çocukların medyanın kendileri üzerindeki etkilerine yönelik farkındalıklarının olmadığı sonucuna götürmektedir. Ebeveynlerin genel kanaati de çocuklarının önemli ölçüde medyadan etkilendiğine yöneliktir. Bu etkilenmelerin daha çok psikolojik ve dilsel açıdan olduğu ifade edilmekle birlikte çocuklarının fiziksel açıdan (göz bozukluğu) etkilendiğini ifade eden katılımcılar da söz konusudur. Bu görüşler doğrultusunda





çocukların medya içeriklerinden önemli derecede etkilendiği sonucu elde edilmiştir. Ancak çocuklar bu tarz içeriklerden etkilenmelerine rağmen yine en çok şiddet ve aksiyon içerikli programları tercih etmektedirler. Bununla birlikte birçok televizyon kanalının ismini bilen çocukların yetişkinlere yönelik olan programlara yönelik ciddi bir eğilimleri söz konusudur. Çizgi filmlerde çok sıklıkla şiddet içeren unsurlara yer verildiği ve çocukların bu içeriklerden önemli ölçüde etkilendiği de tespit edilmiştir. Çocukların reklamlara yönelik tutumlarına bakıldığında ise reklamlarda gördükleri ürünleri ebeveynlerinin alması noktasında ısrarcı davrandıkları görülmektedir. Çocukların sevdiği ya da özdeşleştiği kahramanların ise daha çok insanüstü güce sahip olan ya da iyi olarak kurgulanmış karakterler olduğu gözlemlenmiştir.

İzleyicilerin sınıflandırma sistemine (akıllı işaretlere) yönelik bilgi düzeylerinin yeterli düzeyde olmadığı görülmüştür. Görüşme esnasında katılımcıların önemli bir bölümü bu uygulamayı bilmediğini belirtmiştir. Ancak bu simgeler teker teker gösterildiğinde katılımcıların büyük bir kısmı bu işaretleri daha önce gördüğünü ya da bildiğini ifade etmiştir. Yetişkin katılımcıların önemli bir kısmı yaş içerikli sınıflandırmayı doğru tanımlamasına rağmen içerik temelli sınıflandırmayı tanımlamada güçlük yaşadıkları ve sadece şiddet içerikli sınıflandırmaya yönelik tanımlamada kolaylık yaşadıkları görülmüştür. Ancak şiddet/korku temelli sınıflandırma katılımcılar tarafından ayrı kategoriler olarak düşünülmüş ve sadece “şiddet” ya da sadece “korku” olarak ifade edilmiştir. Cinsel içerikli sınıflandırma ise katılımcıların önemli bir bölümü tarafından tanımlanmış ancak tanımlamayı yaptıkları esnada çok güçlük çektikleri, hatırlamaya çalıştıkları ya da verdikleri cevabın doğruluğundan emin olmaya çalıştıkları gözlemlenmiştir. Olumsuz örnek teşkil edici davranışlar simgesi katılımcıların çok azı tarafından doğru şekilde ifade edilmiştir. Çocuk katılımcıların ise hepsinin genel izleyici ve 7+ olan simge ve sembolü bildikleri ya da gördükleri gözlemlenmiştir. Yaş içerikli sınıflandırma çocuk katılımcıların önemli bir bölümü tarafından doğru tanımlanırken, içerik ile ilgili simgelerden sadece şiddet içerikli olanı katılımcıların bir kısmı tarafından doğru tanımlandığı ortaya konmuştur.

Sınıflandırma sistemi katılımcılar tarafından “faydalı” olarak değerlendirilmesine rağmen program tercihleri üzerinde belirleyici bir rol üstlenmemektedir. Televizyon programlarında sınıflandırma sistemi katılımcıların az bir kısmı tarafından dikkate alınırken sinema salonunda izlenen filmlerde akıllı işaretlerin çok az ya da hiç etkili olmadığı görülmüştür. Elde edilen verilere göre izleyiciler çok daha pratik ve etkili kamu politikalarına ihtiyaç duymaktadır. Mevcut sistemdeki uygulamalar “faydalı” ancak “yetersiz” görülmektedir. Katılımcılar içeriklere yönelik sınıflandırmanın bazı durumlarda kendilerini ister istemez bu tarz içeriklere yönelttiğini de ifade etmektedir. Bununla birlikte içeriklere uygulanan bulanıklaştırma ya da bipleme gibi kısıtlamaların merak ve ilgi düzeylerini daha fazla arttırdığını ifade edilmiştir.

Medya okuryazarlığı kavramına yönelik katılımcıların önemli bir bölümünün ise bu kavrama yabancı olduğu ya da ilk defa duydukları görülmüştür. Ancak medya okuryazarlığı kavramı katılımcılara tanımlandıktan sonra katılımcıların hemen hemen tamamı medya okuryazarlığı kapsamında düzenlenecek ders ya da kursların çocuklar ve yetişkinler açısından daha etkili bir çözüm yolu olarak değerlendirilmektedir. Medya okuryazarlığı politikasına yönelik olumlu görüş bildiren yetişkinlerin böyle bir eğitimin verilmesi halinde dahil olabileceklerini de ifade ettikleri ortaya konmuştur. Medya araçlarının günlük hayat pratiğinde önemli bir yere sahip olduğunu kabullenen katılımcılar daha çok bilinçlenmelerini sağlayacak kalıcı çözüm önerilerine yönelmektedir. Bireylerin özellikle de ebeveynlerin bilinçli olmasının medya etkilerini en aza





indirgeyeceğini düşünmektedirler.

## KAYNAKÇA

Avşar, Z. (2004). Medyada yoğunlaşma ve şeffaflaşma: Yasal düzenlemeler, beklentiler, sorun alanları. *İletişim Araştırmaları*, 2(2), 87-112.

Avşar, Z. ve Demir, V. (2005). *Düzenleme ve Uygulamalarla Medyada Denetim*, Ankara: Piramit Yayınları.

Avşar, Z. ve Kaya E. E. (2013). *Medyanın iffeti*. Ankara: Altınpost Yayınları.

Classification Guidelines. Erişim: 22 Temmuz 2016, <https://www.bbfc.co.uk/about-classification/pg>

Çöloğlu Ö. D. (2010). *Televizyon Mesih Mi, Şeytan Mı? (1. Baskı)*. Ankara: Ütopya Yayınevi.

Çöloğlu, Ö. D. (2009). *Televizyon Şiddetine Karşı Geliştirilen Kamu Politikaları, Sermayenin Medyası Medyanın Sermayesi: Ekonomi Politik Yaklaşımlar. (Der. S. Bulut), (1. Baskı)*. Ankara: Ütopya Yayınları.

Hobbs, R. (2004). Medya okuryazarlığı hareketinde yedi büyük tartışma. (M. T. Bağlı, Çev.) *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(1), 122-140.

Huesmann, L. R. ve Taylor, L. D. (2003). *The Case Against The Case Against Media Violence*, (D. Gentile, Ed.). *Media Violence and Children*. Westport: Connecticut: Greenwood Press, 107– 130.

İspir, N. B. ve İspir, B. (2008). Televizyon Programı İçeriği Dereceleme Sembollerinin Kullanımı ve Ebeveyn Yönlendirmesi. *Selçuk İletişim Dergisi*, 5(3), 176-183.

Kellner, D. and Share, J. (2005). *Toward Critical Media Literacy: Core Concepts, Debates, Organizations, and Policy*, *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, September, 26(3), 369-386.

Kıncal, R. Y. ve Kartal, O. Y. (2009). *Medya Okuryazarlığı Eğitimi*. *Milli Eğitim Dergisi*, Sayı: 181, 318-333.

Machet, E. ve Robillard, S. (1999). *Televizyon ve Kültür: Avrupa'daki Politikalar ve Yasal Düzenlemeler*. (E. Mutlu, Çev.), Ankara: TRT Eğitim Dairesi Başkanlığı.

O'Neill, B. (2011). *Media Effects İn Context*. (V. Nightingale, Ed.), *The Handbook of Media Audiences*, Oxford: Blackwell.







Otan, O. (2014). *Televizyonda Gerçeklik Algısı*. (1. Basım). İstanbul: Ceylan Matbaa.

Öktem, F., Sayıl, M. ve Özen Çelenk, S. (2006). *Çocuklar ve Gençlerin Televizyonun Zararlı İçeriklerinden Korunması: Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi Akademik Çalışma Altyapısı*. Erişim: 23 Şubat 2016, [https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIAdministration/download/akademikRapor\\_3.doc](https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIAdministration/download/akademikRapor_3.doc)

Srygly Kerentzman, S. (1978). *Influence Of Mass Media On Today's Young People, Educational Leadership*, Erişim: 18 Ocak 2016, [http://www.ascd.org/ASCD/pdf/journals/ed\\_lead/el\\_197804\\_srygley.pdf](http://www.ascd.org/ASCD/pdf/journals/ed_lead/el_197804_srygley.pdf)

Taşkıran Öncel, N. (2007). *Medya Okuryazarlığına Giriş*. İstanbul: Beta Yayınları.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. (9. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

