

# Dijital Çağda Çocuk Medyası (ve Din): Zorluklar ve Koşullar\*

STEWART M. HOOVER

Medya çağı bize birçok zorluk sunuyor. Korkular kadar fırsatlarla da karşılaşırız ve kültürel, eğitimsel ve dini liderlerin (hepsi olmasa da) birçoğu buna karşılık vermesi gerektiğini hissediyor. Medya ve açılımlarına bakarken kullandığımız çerçeveler arasında, hiçbiri çocuklar ve medya sorunu kadar önemli ve acil görünmüyor. Çocuklara yönelik endişe 20. yüzyılın başlarında ilk büyük araştırmalara vesile olurken çocuklar üzerindeki potansiyel etkilerse aynı yüzyılın ortalarında medyada şiddet çalışmalarının yolunu açtı. Öyle ki “etki” geleneğini izleyen bütün bir medya araştırmaları mekanizmasının kaynağının çocuklara ve medyanın çocuklar üzerindeki etkilerine yönelik endişede yattığı söylenebilir.

Diğer yandan, özellikle belirli ve tekil medya etkilerinin dar sınırları dışında çocukları ve medyayı araştırmak halen son derece zor. Üstelik medya değişiminin, özellikle dijital medyanın gelişiminin çocuklar üzerindeki yansımalarını anlamak istiyorsak, kesinlikle daha geniş kapsamlı bir araştırma gereklidir. Çocuklar yetişkinler gibi gözlemlenip deneylere tabi tutulamazlar ve çocukların medyayı nasıl gördüğüne, düşündüğüne ve kullandığına ilişkin güvenilir bilgi sağlamak da son derece zordur. Başlı başına karmaşık birer haber kaynağı olmalarının ötesinde, anne baba katılımı ve onların onay/ret süreci de sıklıkla çocuklarla ilgili araştırmaları karmaşıklaştırır.

\* Bu çalışma, 1. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi’nde bildiri olarak sunulmuş ve Kasım 2013 tarihinde I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı (cilt 2) içerisinde Pınar Şengözer Şiraz çevirisi ile yayımlanmış metindir.

– GÖRÜŞ –

197

Çocuk ve

Medeniyet

Cilt: 6 Sayı: 12

2021/2: 197-206

STEWART M. HOOVER, [stewart.hoover@colorado.edu](mailto:stewart.hoover@colorado.edu)

Colorado Üniversitesi (ABD) Profesörü, Medya, Din ve Kültür Merkezi

ORCID <https://orcid.org/0000-0001-6772-0721>

doi: <https://doi.org/10.47646/CMD.2021.268>

Bu nedenle, hakkında en az bilgi sahibi olduğumuz medya dünyası, bize fiziksel olarak en yakın görüneni, yani çocukların dünyasıdır. Elimizde çocukların medyayı nasıl seçtiklerine, medyadaki tercihlerine ve medyadan duydukları memnuniyete, medya deneyimine ilişkin dilek ve arzularına, kullanım alışkanlıklarına ve tükettikleri medyayla ilgili anlam çıkarma ve dünya kurma süreçlerine ilişkin çok az faydalı araştırma kanıtı olması bu durumu daha da karmaşık ve sıra dışı kılıyor. Kanıtların büyük bölümüne çocuk gelişimi ve psikolojisi literatüründen öğrendiklerimizin, diğer yaş gruplarından yola çıkılarak yapılan tahminler ve çıkarımların, uygun eğitim ve anne babalık uygulamalarından elde edilen genelgeçer bilgilerin, doğrudan gözlemlerin ve çocuklarla rastgele yapılan sohbetlerden edinilen içgörülerin birleşiminden ulaşıyoruz.

Çocuklar ve medya bağlamında din gibi özel bir konu ise daha büyük zorluklar, belirsizlikler ve sorunlar içeriyor. Bu konuda daha da araştırma kanıtı bulunuyor ve din boyutunun dahil olması kültürel ve ahlaki değerleri çevreleyen çok daha karmaşık bir meseleler grubuyla birlikte sosyal uygulama ve aile ilişkileri yapısı sorunlarını ön plana çıkarıyor. Din ayrıca ana meselenin belirli bir din odaklı medya yapımı ya da uygulamasının manevi, ahlaki ya da davranışsal yansımalarından hangisi olacağı sorusu çerçevesinde de belirsizlik yaratıyor. Öyle ki, “din”den bahsederken aslında dinin özünü, yoksa dinin ahlaksal ya da davranışsal katmanlardaki yansımalarını mı kastettiğimiz sorusu gizliden gizliye varlığını hissettiriyor.

Çocuklara yönelik dini (ya da din kaynaklı veya odaklı) medya aracılığıyla nasıl üretmeli, pazarlamalı, yayınlamalı, çekmeli ve öğretmeliyiz gibi geniş kapsamlı bir soruyu araştırırken, birçok varsayım ya da çerçeve ortaya çıkıyor. Daha sağlam bir temel oluşturmak için bu varsayım ya da çerçeveleri incelemek istiyorum. Bu tespitlerimde hem medya yapımına ilişkin hem de medya, din ve çocuklar konusu hakkındaki daha geniş kapsamlı söylemlere ilişkin gözlemlerden yola çıkıyorum. Açıklamaya çalıştığım gibi, düşüncelerimize temel alabileceğimiz araştırma kanıtları nispeten az. Meslektaşlarımla aile, din ve medya üzerine çalışmalar yürüttük ve anne babaların çocuklarının dini yaşamıyla ilgili olarak medya hakkında neler düşündüklerini ve konuştuklarını gayet iyi biliyoruz; ayrıca çocukların medyayı gerçekte nasıl kullandıklarına ilişkin de çok miktarda kanıtımız var. Çocuk medyasının hedef kitesinin dünyası, gereksinimleri, içgörülerini ve uygulamaları hakkındaysa neredeyse hiçbir şey bilmiyoruz. Tespitlerim aynı zamanda sonraki büyük zorlukla; diğer bir deyişle dijital ve sosyal medyanın hızla değişen gerçeklikleri, sorunları daha da karmaşılaştırması olası teknolojik gelişmelerle ilgili olarak öngörülü davranmayı amaçlıyoruz.

Çocuklar, aileler ve medyaya ilişkin tüm çalışmaları çevreleyen ve elbette özellikle din hakkındaki konuşmaları etkileyen geniş çerçeveyi modern dünyada, ev hayatı kapsamı ve kısıtları, sınırları ve beklentilerine ilişkin geliştirdiğimiz düşünce yapısı belirliyor. Ev hayatı elbette modernliğin, modern bireyseliğin sosyal ve kültürel gelişiminin ve sanayileşmenin beraberinde getirdiği yapısal düzenlemelerin bir icadıdır. Düşünce yapımızın özünde, ev hayatı ve oluşumuna ilişkin sürekli bir endişe yatıyor. Ferdinand Tonnies'in tabiriyle "gemeinschaft" (cemaat) ya da tüm toplumların ve kültürlerin (Durkheim'ın ifadesiyle) "mekanik" bir aile, topluluk, iş, kültür ve din uyumu içinde yaşadığı varsayılan sanayi öncesi durumdan "geselleschaft" (cemiyet) ya da zoraki dayanışmaların, dar sosyal ilişkilerin, gergin dini bağların ve sosyal ilişkilere daha yönetsel ve yinelemeli bir yaklaşımın egemen olduğu, Habermas'ın "sistem dünyası" olarak tanımladığı sanayi sonrası döneme taşıyan sözüm ona tarihi yolculuk hakkında kafa patlatmaya devam ediyoruz. Bu çerçevede, geçmiş ve sözüm ona ahengine değer verip birbiriyle rekabet eden çok sayıda siyasi, teknolojik ve ekonomik güçleriyle bugünden korkan, edinilmiş bir sosyal imgelem doğrultusunda hareket ediyoruz.

Modernlikle ilgili bu kaygı özellikle ev hayatında güçleniyor. Genel olarak Batı'da (ve özellikle anavatanımda), bunun kökeninde çoğunlukla 1950'li yıllar civarında yaşanmış, aile yaşamı, cinsiyet rolleri ve ilişkileri, topluluk ve din bağlarının güçlü ve dayanıklı olduğu, ailelerin bu dengeye yönelik herhangi bir tehditten korkmadığı bir mükemmellik dönemi imgelemi yatar. Bu doğrultuda, aile dış güçlere karşı savunulması gereken, sınırlı ve korunaklı bir alan olarak görülür. Modernliğin son dönemlerinde ve göreceli refah ve güvenlik bağlamlarında, bu tehditler fiziksel olmaktan çok ahlaka ve değerlere yöneliktir.

Medya her zaman bu kaygı söyleminde büyük bir yer tutar. Nedenini anlamak hiç zor değil. Diğer birçok tehdidin aksine, medya tam da evimizin içindedir (ya da orada olmayı arzu eder). Yaşamlarımıza sinsice sızarak (ya da öyle düşünülür) çok uzaklardaki kanalları, şebekeleri ve etkilerini evin korunaklı ortamına sokmuştur. Sızma metaforları medya ve aile tartışmalarımızı egemenliği altına almıştır. Medyayı yabancı, yapay ve tehditkar olarak değerlendiririz. Bu değerlendirme elbette fazlasıyla anne babalık ve çocuklara ilişkin konulara odaklanmıştır. Ayrıca patolojilerine, medyanın tehlikelerine ve tehditlerine odaklanan medya çözümlenmeleriyle de hoş bir birliktelik sergiler. Çoğu eleştirmen bir kopukluk varsayımıyla yola çıkarak medyanın her zaman ev yaşamından ve ev dünyasından kopuk olduğunu, hatta bu yaşam ve dünya üzerinde yıkıcı etki yarattığını iddia eder.

Medya ev ortamını yıkıyorsa, tespitlerimin diğer teması olan din ne durumda? Dinin rolü şaşırtıcı şekilde belirsizdir. Genel olarak dinin hayali geçmişlerimizin bileşenlerinden biri olarak bir sahicilik taşıdığı varsayılsa da belirli din türleri sorunlu olabilir. Modern anne babalar kontrolleri dışındaki dini etkilere şüpheyle yaklaşırlar. Anne babalar onayladıkları medya içeriklerini araştırarak ve kendilerinin seçmediklerinden şüphe duyacaklar. Bu işleyiş çocuklara yönelik medya hakkındaki düşünce şeklimizden pek farklı değil. Ancak çocuklar için üretilmiş ve aşırı ölçüde bağınaz olmayan çok az dini medya içeriği bulunması nedeniyle anne babaların seçenekleri çok sınırlı. Şimdi açıklayacağım bir nedenden ötürü bu durum sorun oluşturuyor. Ancak çocuklara yönelik dini medya diğer gruplara yönelik dini medyayla aynı zorluklarla karşılaşılıyor: internet siteleri, televizyon, DVD'ler, popüler müzik. Bunların arasındaki en temel zorluk, seküler ya da ticari medyadan ayırt edilebilecek, çekici, çarpıcı ve anlamlı içerikler üretme sorunudur. Basitçe ifade etmek gerekirse, popüler ve çekici seküler medya ile dini medya arasında "geçiş yapma" zorluğu yüksek bir eşiktir.

Anne babaların çocuklara yönelik dini medyayla ilgili niyetleri geniş ve önemli bir anne baba yetki alanına girer. Medya hanelerinde dinle ilgili çalışmalarımızda, hane cinsiyet ilişkilerinin en belirleyici boyutlarından birinin evin ahlak kültürüyle ilgili kararları alma yetkisinin kimde olduğu meselesi olduğunu bulduk. Tutucu dindar evlerde, bu rol babaya ait. Öyle ki medya, din ve erkeklikle ilgili gelecek kitabımızda, çağdaş erkekliğin İngilizce de "P" ile başlayan üç rolle özetlendiğine dikkat çekiyoruz: *Provision (tedarik)*, *Protection (koruma)* ve *Purpose (amaç)*. Ayrıca modern yaşamın stresi içinde, erkek ve kadınların genellikle sorumlulukları geçmişte yapmadıkları şekilde paylaştıklarını ama yetkileri altında olan özel alanlara sahip olmanın erkekler için halen önemini koruduğunu ve "koruyucu" rolünün bu alanlardan biri olduğunu da bulduk. Bu koruma rolü sıklıkla ahlaki ve manevi koruma olarak ortaya çıkıyor ve erkeklerin bu rolü oynayabilecekleri birkaç yerden biri de evdeki medya kontrolünde kendini gösteriyor. Dolayısıyla medya ailenin dini değerlerinin tartışıldığı ve temsil edildiği merkezi konumlardan biri olarak kodlanıyor. Bu da medya ve medyaya yönelik anne baba tutumları üzerinde büyük bir baskı yaratıyor. Sonuç itibarıyla, evde nelerin uygun olduğu ve tüketilebileceğine ilişkin kararlar, her ne kastedilirse kastedilsin, hangi yapımların dini "etkiler"i olabileceğinden çok daha fazlasını içeriyor.

Çocuklara yönelik medyayla ilgili ebeveyn politikalarının ve seçimlerinin çoğunlukla çocukların *aslında nelere maruz kalacağını belirlemediğine* ilişkin

sağlam kanıtları dikkate aldığımızda, ortaya büyük bir belirsizlik çıkıyor. Bunu tekrarlamama izin verin; çünkü bunun önemli bir nokta olduğunu düşünüyorum. Bizim ve diğerlerinin kanıtlarının çoğunluğu, çocuk medyası diyetlerinin anne baba dilekleri ve politikalarıyla etkin şekilde kontrol edilmediğini ortaya koyuyor.

Bu sorunun bir diğer çerçevesi de çocukların kendi temsil yetkileridir. Din ve çocuklara yönelik medyaya ilişkin çoğu kuralcı ve kısıtlayıcı söylem, çocukların medya yaşamlarıyla ilgili olarak kendi temsil yetkilerini göz ardı eder. Yaptığımız tüm politikalar, süreçler, kurallar ve hükümlerin çocukların neler tükettiğini ve yaptığını belirlediğini varsayıyoruz. Ancak gerçek hiç de öyle değil. Temsil yetkisine ilişkin bu varsayım aynı zamanda deneyime dayalı anlayışımızı da sınırlandıran bir etmendir. Çocuklara nadiren medya hakkında onlara temsil yetkisi tanıyacak, kendi fikirlerini ve “iyi”, “kötü” ve “uygun” medya tanımlarımızın sınırları dışındaki deneyimlerini ifade etmelerine olanak verecek şekilde sorular sorarız. Bu alanda ergenlerle yapılan çalışmalar son derece ümit vericidir ve sadece çocukları dinlersek çok şey öğreneceğimizi varsayabiliriz.

Temsil yetkilerine ilişkin varsayımlarımız aynı zamanda ev hayatı hakkındaki kaygılarımızla da işe yaramaz bir şekilde etkileşim kurar. Çocukların medyada dini ve diğer değerleri ayırt etme becerilerinden şüphelendiğimiz için, medya kullanımlarının bazı etkilerinden ve sonuçlarından korkuyoruz. Medyanın onları dönüştürebileceği şeyden korkuyoruz. Medya, din ve çocuklar hakkında online yorumlarla ilgili yüzeysel bir araştırmada ifade edilen çok sayıda korkuyla bunu doğrularken bu korkuların çoğunluğu çocuklara yönelik dini medyanın asıl niyetinin onları güdümlenmek olduğunu ileri sürüyor. Yine çocukların kendi potansiyel temsil yetkileri göz ardı edilirken sadece medyanın tutsağı ya da kurbanı rolünü üstlendikleri varsayılıyor.

Çocuklara yönelik dini medyanın en derin belirsizliklerinden biri tam da bu alanda kendini gösteriyor. Bir yanda, çocukların medyayla ilişkilerinde kendi temsil yetkilerinden şüphelenirken yanlış dini medya türünün potansiyel tehlikelerinden korkuyor ve yakınıyoruz. Aynı zamanda, çocuklara yönelik dini medyayla ilgili kuralları koyarken, genellikle üretmek ya da desteklemek istediğimiz “iyi” ya da “olumlu” medyanın da çocukları bu kez iyi yönde olsa da yine güdümleneceğini varsayıyoruz.

Medya, çocuklar ve din sorununa özel bir diğer önemli çerçeve ise medyanın çok önemli bir şekilde olumlu faydaya dönüştürülebileceği yönündeki etkili düşüncedir. Semavi dinlerde, gençler arasında dini katılımın düşüşe

geçtiğine ilişkin yaygın bir kanı vardır. Bu küresel bir olgudur. Gençlik bugün dini uygulamalara ve dini geleneğe gittikçe daha az yönelmektedir. Bu tespit gençlerin katılımının ve özdeşiminin yüksek olduğu yerlerde bile doğrudur. Bu konunun endişe yarattığı birçok yerde, medya yaygın şekilde çözüm olarak görülüyor. Yeni dijital ve sosyal medya dahil olmak üzere, modern medya gençleri camiye ya da kiliseye geri getirmek ve orada tutmak için kullanılamaz mı?

Bu şekilde, çocuklara yönelik medya, büyüyüp geliştikçe bu etkilere maruz kalacak çocukları hazırlamak üzere konuşlandırılan aynı projeye dahil olacaktır. Sonuç itibarıyla, medyaya dünya çapında gençlerin geleneğe gittikçe daha şüpheci yaklaşmasına yol açan güçlü sosyal kuvvetleri (ve bizzat medya da bu durumun yaratılmasına katkıda bulunuyor) ortadan kaldırmak gibi çok daha zor ve zorlayıcı bir görev veriliyor.

Bu çerçeveler bazı güçlü kuvvetlerle karşılaşılıyor. Bunların en önemlisi, anne babaların ve ailelerin medya hakkında hissettikleri son derece gerçek belirsizliktir. Bir yanda, sözünü ettiğim korku ve kaygı var ama diğer yanda da medya yoğun çekiciliğini koruyor. Bunun nedeni, medyanın kültürün temelini oluşturan, önemli ve çarpıcı fikirleri, değerleri ve hassasiyetleri dile getirmesidir. Medya çağdaş “öykücümüzdür”. Kabile ateşinin etrafında oturup tarih, bellek ve değerlere ilişkin önemli efsaneler ve anlatılar tasarlayan ihtiyarlar heyetidir. Bu şekilde “seküler” medyanın en azından “kutsal” bir potansiyeli vardır: Kültürlerinin merkezlerindeki değerleri ve idealleri dile getirir. Medya bu nedenle ortak toplum değerlerini yansıtmaması açısından “işe yarıyor”.

Medyanın bu merkezi konumu, bir şekilde, “ortak kültür” ya da ortak kültürel bağlam oluşturduğu anlamına geliyor. Ortak kültürel sohbetin parçası olmak istiyoruz. “Dışarıda bırakılmak” istemiyoruz. Modern kültürler geçmiştekenden çok daha küçük parçalara ayrıldı ama yine de güçlü ortaklık anları, simgeleri ve mecazları ortaya çıkıyor. Bunlar önemli dünya etkinlikleri olabileceği gibi küresel çapta gişe rekorları kıran filmler ya da sinema yıldızları, tat ve moda trendleri, yeni müzik veya dans türleri, hatta sosyal, siyasi veya dini hareketler gibi yaygın şekilde paylaşılan kültürel ifadeler ve deneyimler de olabilir. Hepimiz böyle şeylere katılmak isteriz ve medya dünyası bunun merkezinde durur. Sonuç itibarıyla, biz yetişkinler medya hakkında derin bir belirsizlik hissiyle baş başa kalıyoruz: Bir yanda, ev hayatını ve ev hayatı değerlerini tehdit ediyor ve potansiyel bir tehlike oluşturuyor. Diğer yanda, bölgesel, ulusal ve küresel “ortak kültürler”e açılan bir pencere görevi görüyor.

Bu belirsizlik hissi çocuklara yönelik medyayla ilgili duygularımıza da uzanıyor. Mer-kezimizde görüştüğümüz ve çocuklarının medya diyetlerini şekillendirmekle ilgili son derece iyi niyetler besleyen anne babaların çoğunluğu bu aynı olguyla karşı karşıya kaldı. Ancak bu kez çocuklarının okullarında ve arkadaş çevrelerinde “dışlanmış” duruma düşürmeme arzusunda kendini gösterdi. Çocuklarımızın ötekileştirilmesini ve kültürel sohbetten “dışlanmasını” istemiyoruz. Ayrıca anne baba olanlarımız çocukların bu konuyu ne kadar güçlü ve etkin şekilde savunduklarını gayet iyi bilir. “Herkes bunu seyrediyor...” yaygın bir nakarattır.

Pratikte, doğrudan maruz kalmalarını sınırlandırmakta başarılı olsak bile çocukları medyanın bu kültürel girdilerinden korumak son derece zordur. Günlük sosyal ağları aracılığıyla en son video oyunları, modalar, televizyon programları, sosyal medya trendleri, vs. hakkında yoğun bilgi edinirler. Modern hayatta, ebeveynler ne kadar dikkatli, amaçlı, hatta kısıtlayıcı olsalar da “medyasız çocuk yoktur” demeyi seviyorum.

Birçok anne baba ve özellikle çalışmaya katılanlar arasındaki dindar anne babalar bu belirsizliği daha önce dile getirdiğim özerklik meselesiyle aşıyorlar. Aslında hiçbirimiz çocuklarımızın “kurban” ya da medyayı sorumlu şekilde tüketemeyecek kadar saf olduğunu düşünmek istemiyoruz. Böyle bir iddiada bulunmak dolaylı olarak kendi ebeveynliğimizi suçlamak demektir. Dindar anne babalar dini yaşamı ve dini değerleri çocukların kültürle ve kültürel değerlerle karşılaşmalarını ve uzlaşmalarını sağlayacak bir tür “alet takımı” olarak görme eğilimindedirler. Dolayısıyla anne babalık çocukları doğru değerler ve tekniklerle “donatmak”tır. Burada gayet iyi temsil edilen geniş kapsamlı ve etkili “medya okuryazarlığı” hareketi bu itici güçle yola çıkmıştır. Ayrıca en azından Amerika Birleşik Devletleri’nde medya okuryazarlığı her zaman dini topluluğun güçlü bir temeli olmuştur. Dolayısıyla birçok dindar anne baba çocukların özerkliği düşüncesini koşullu olarak benimsemeyi seçmiştir: Çocukların doğru seçimleri yapmak için uygun rehberliğe ihtiyaç duyduklarını ama seçim yapmakta özgür olmaları gerektiğini varsayarlar.

Tüm bunlar kulağa gayet hoş ve makul gelse de çocuklar, medya ve din sorununu çözememiştir. Zaman zaman kamusal ya da özel yaşamda hemen ve kolaylıkla medyaya ve “tehlikeli” medyanın ev hayatımızın korunaklı ve dingin ortamına sızmasına atfedilen krizlerin yol açtığı “ahlaki panikler” görüyoruz. Sıklıkla bu paniklerin merkezinde dindar sesler yer alır. Bazen de bu karşıtlar dinin ya da dini değerlerin medyadaki değer tartışmaları için önemli işaretler ve mihenk taşları olduğunu belirtirler. Durumun

sandığımızdan çok daha karmaşık olduğuna ilişkin kanıtlara rağmen, ev hayatıyla ilgili kaygılar kolaylıkla üstesinden gelemeyeceğimiz kadar klişeleşmiş ve kanıksanmıştır.

Dijital ve sosyal medyanın tüm dünyada sosyal yaşamda gittikçe daha yayılmasıyla birlikte bu durum çok daha karmaşıklaşacaktır. “Geleneksel” medyadan bahsederken çocukların kendilerini temsil etme yetkileri önemli bir mesele olmaya devam ederken yeni dijital çağ tümüyle özerklik demektir. Yaygın olarak gözlemlendiği üzere, bu medya kanalları kendi tüketicilerini ve uygulayıcılarını (üstelik bunlar gittikçe aynılaşıyor) bazılarının üretim ile tüketimi tek kelimedede buluşturarak “pro-sumption” (üretici tüketim) dediği bir katılım öznelliğine davet ediyor. Bu medya kanalları izleyici kitlesini pasif olarak varsayan ve çerçeveleyen medyanın çok ötesinde olanaklar sağlıyor. İzleyici kitleleri bugün aktifler ve hiçbir izleyici kitlesi gençlerden ve çocuklardan daha aktif değil. Diğer bir deyişle, daha önce medyayla ilgili aile veya topluluk değerlerini ya da politikalarını şekillendirirken ne tür zorluklarla karşılaşmış olursak olalım, bugün çok daha zorlayıcı ve zorlu bir durumdayız.

Din dünyasında, birçok dindar ses bu medya kanallarında büyük potansiyel gördü ve kullanıcıları arasında dini inancı, maneviyatı teşvik etmek için nasıl kullanılabileceğine ilişkin yoğun spekülasyonlar yapıldı. Aslında birçok kullanıcının ve kullanıcı topluluğunun bu medya kanallarını kullanarak yepyeni inanç ve aidiyet ağları oluşturduklarına ilişkin kanıtlar var. Yeni dinler ve din türleri ortaya çıkıyor. Diğer bir deyişle, bu medya kanallarının geleneksel ve kurumsal dini destekleme ya da tasarlama potansiyelinden çok daha yaygın ve güçlü bir açılımlar dizisi söz konusu.

Bu da bizi dijital çağın dine yönelik bir başka zorluğuna götürüyor: Geleneksel dinler bu yeni medya kanallarından faydalanma konusunda yeni ve popüler din türleri kadar donanımlı değil. Bu eğilimin devam edeceğini ve çocuk izleyici kitlesi dahil olmak üzere tüm yaş grupları için gittikçe daha çok içeriğin üretileceğini bekleyebiliriz. Geleneksel dinler birçok açıdan kaybedecek ve anne babalar ile öğretmenler kendilerini daha da derin bir sorunun içinde bulacaklar. Ev hayatındaki kriz, medyanın potansiyeline ilişkin kaygılar da alevlenecek. Medyayla ilgili birçok ikilemimiz derinleşecek.

Bu yeni çağla yüzleşirken, bana ait iki çerçeve, çocuklar ve medya ya da çocuklar, medya ve din hakkında yeni düşünce tarzları sunmak istiyorum. Bu çerçeveleri sanırım bu tür araştırmalar yürüttüğümüz on yıl boyunca birçok medya hanesiyle görüşmelerimden öğrendiklerimle geliştirdim. İlki medya,



ev hayatı, çocuklar ve (benim konum dahilinde) din çalışmasında yeni bir paradigmayı dikkate alma önerisidir. Diğer bir deyişle, medyayı ev hayatıyla *kopuklukları* açısından değerlendirmeyi bırakıp *devamlılıklar* açısından değerlendirmeliyiz. Öne sürdüğüm gibi, medyayı evin ahlaki kültürüne yönelik yıkıcı bir tehdit olarak değerlendirmek kolaydır. Bunun yerine, neden medyanın aile hayatıyla ilgili olarak nasıl *işlediğine* bakmıyoruz? Bu çıkarım, ortak kültürün cazibesi ve medyayla belirsiz ilişkilerimiz hakkında söylediklerimin çoğundan alınmış bir derstir. Bir yandan medyayı yaşamlarımızda böylesine çarpıcı, keyifli ve anlamlı bulurken bizi medyanın ev hayatımıza gizlice sızdığını düşünmeye teşvik eden edinilmiş idealler yüzünden bölünmüş durumdayız. Medyada kötü, olumsuz, din dışı ya da günahkar değerler olmadığını iddia etmiyorum. Aksine. Evlerimiz ve çocuklarımız ile bu tür medya arasında duvarlar örebileceğimizi varsaymanın pek anlamlı olmadığını söylüyorum. Bu tür medyanın en karşıt değerlere sahip evlerde bile kültürel açıdan nasıl etkili olduğunu anlamaya çalışmak daha anlamlıdır. Çünkü gerçekten etkili oluyorlar, aksi takdirde var olamazlardı.

Bu çerçeveye birlikte, çocuk izleyici kitlesinin dünyasıyla ilgili bir tespiti tekrarlayacağım. Medya, din ve çocukluk arasındaki devamlılıkları daha iyi anlamak için, çocuk izleyici kitlesinin deneyimlerini ve ifadelerini daha iyi anlamanın yollarını bulsak nasıl olur? Onları dinlemenin, kendi adlarına konuşmalarına olanak tanımanın daha iyi yollarını bulamaz mıyız? Özerkliği destekleyen yeni medya kanalları ortaya çıktıkça, özerklikleri gittikçe medya alışkanlıklarının merkezine oturuyor. Bunun onların bakış açılarından nasıl işlediğini anlamaya çalışsak nasıl olur? Burada ciddi akademisyenliğe, çocuk gelişimi teorisine, ebeveyn yetkilerine, eğitim ve medya okuryazarlığı stratejilerine yer yok demiyorum. Çocukların medyayı nasıl, nerede ve neden tükettikleri gibi önemli soruları sıklıkla göz ardı ettiğimizi söylüyorum. Çok az şey bilmemize rağmen her şeyi bildiğimizi varsaydık. Bence özellikle medya, çocuklar ve dinle ilgili olarak bu soruna yönelik daha ayrıntılı ve uyumlu bir saha araştırmasının vakti geldi de geçiyor bile.

Şimdiye kadar fark etmiş olabileceğiniz gibi, kanaatimce medya, çocuk ve din sorununu ele almak için, öncelikle genel olarak medya ve çocuklar hakkında bazı denenmiş ve onaylanmış varsayımları ele almamız gerekiyor. Dini diğer değerlerin, kültürel sorunların ve meselelerin bir alt grubu olarak ele almış gibi görünebilirim. Aslında bu sorunlarla ilgili olarak dinin özgün unsurları olduğunu düşünüyorum. Ancak araştırmamızın öncelikle ele alınması gereken bazı önemli sorunlar olduğunu ortaya koyduğuna inanıyorum. Din çocuklar ile medya arasındaki bazı ilişkilere

yansır, bazılarının itici gücü ve bazılarının da sonucudur. En önemlisi, modern dünyada ev hayatıyla ve çocuk izleyici kitlesinin özerkliğiyle ilgili kaygılarımıza ilişkin olarak ortaya koyduğum sorunların kökeninde din meseleleri yatmaktadır.



Stewart M. Hoover



