

## KİTAP İNCELEMESİ

### CHILDREN, Adolescents, & the MEDIA

Victor C. Strasburger and Barbara J. Wilson

**Arş. Gör. Akan Deniz YAZGAN**

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Eğitim Fakültesi

Eğitim Bilimleri Bölümü

E-posta: [akandeniz@hotmail.com](mailto:akandeniz@hotmail.com)

Bu çalışmada, Victor C. Strasburger ve Barbara J. Wilson tarafından yayınlanan *CHILDREN, Adolescents, & the MEDIA* adlı kitap irdelenerek tanıtımı yapılmıştır. Kitap, 2002 yılında basılmış olup, 539 sayfadan ve 11 bölümden oluşmaktadır. Kitabın elektronik oyunlarla ilgili 4.bölümü Jeanne B. Funk; internetle ilgili 9. bölümü, Edward Donnerstein ve medya okuryazarlığıyla ilgili 10. bölümü ise Bob McCannon tarafından kaleme alınmıştır.

Önsöz kısmında yazarlar, Amerikalı gençlerin kitlesel medya ile aşırı zaman geçirdiklerini vurgulayarak, onların, hoşlarına giden karakterler ile güldükleri, video oyunlarında şeytani yaratıklara saldırıp onları yok ettikleri, ekranlarda şekerleme, makyaj ve içki reklamları gördükleri, cinsellik ve şiddet hakkındaki rap müzik lirikleri işittikleri ve tüm dünyadaki diğer insanlarla etkileşimde bulunabildikleri bu süreçte yüzleştikleri toplumsal dünyanın anne - babaları ya da üçüncü kuşak ebeveynlerinkinden çok farklı olduğunun altını çizmektedirler.

Kitap, *Çocuklar ve Ergenler: Benzersiz İzleyiciler, Reklamcılık, Medya Şiddeti, Elektronik Oyunlar, Cinsellik ve Medya, Bağımlılık Yapıcı Maddeler ve Medya, Beslenme ve Beslenme Bozuklukları, Rock Müzik ve Video Klipler, İnternet, Medya Okuryazarlığı: Ne? Niçin? Nasıl? ve Sorunların Çözümüne Dönük On Tartışma* adlı on bir bölümden oluşmaktadır. Her bölüm sonunda konu özetleri ve konuyla ilgili alıştırımlara yer verilmiştir. Kitabın kaynakça bölümünde toplam 1492 farklı kaynağa atıfta bulunmaktadır.

Kitabın ilk bölümü olan *Çocuklar ve Ergenler: Benzersiz İzleyiciler*'de, medya ortamı ve günümüz gençliğinin alışkanlıkları, gelişim sürecinin doğası nedeniyle çocukların yetişkinlerden, birbirlerinden ve ergenlerin de çocuklardan farklı olduğu, kitlesel medyaya maruz kalınan süreçteki gelişimsel farklılıklar gibi konular üzerinde durulmaktadır.

Kitabın ikinci bölümü olan *Reklamcılık*'ta, çocuklara yönelik reklamcılık faaliyetlerindeki tarihsel değişimler, televizyon reklamlarının içerik analizleri, çocukların reklamları zihinsel olarak işleme süreçleri, reklamların ikna etmeye dönük etkileri, çocuklukta görülen müşteri davranışının evreleri, yirmi birinci yüzyılda pazarlama stratejileri, gençliğe yönelik reklamcılığa ilişkin düzenlemeler ve reklam okuryazarlığının öğretimi gibi konular üzerinde durulmaktadır.

Kitabın üçüncü bölümü olan *Medya Şiddeti*'nde, Amerikan medyasında şiddete dayalı içeriğin rolü, medyadaki şiddetin gençliği etkileyip etkilemediği, saldırganlığa yol açıp açmadığı, gençlerin duyarlılığını azaltıp azaltmadığı, endişe veya korku üretip üretmediği, medya şiddetiyle ilgili kültürel tartışmalar, silahlar ve medya, intihar ve medya, Japonya ve

Amerika’da yapılmış medyadaki şiddetle ilgili karşılaştırmalı araştırmalar ve medyadaki şiddetin olumlu etkilerinin olup olamayacağı gibi konular üzerinde durulmaktadır.

Kitabın dördüncü bölümü olan *Elektronik Oyunlar*’da, video oyunlarının tarihsel gelişimi, oyunlar karşısında geçirilen zaman, oyunlara ilişkin farklı sınıflandırmalar (yaş, tür, şiddet oranı), oyun tercihleri, oyun oynanışı sırasında ortaya çıkan mekanizmalar, oyunlardaki şiddetin çekiciliği, şiddet içerikli oyunlarla ilgili yapılan araştırmalarda ortaya çıkan kısa, orta ve uzun vadeli etkiler, bağımlılık, sağlıkla ilişkili riskler ve oyunların olası pozitif etkileri gibi konular üzerinde durulmaktadır.

Kitabın beşinci bölümü olan *Cinsellik ve Medya*’da, medyadaki cinselliğin arka planı, cinsellikle ilgili bir bilgi kaynağı olarak televizyon, çocukların ve gençlerin televizyondan cinselliğe dair neler öğrendiği, neden ergenlerin medyadaki cinsel içerikten özellikle çabuk etkilendikleri, filmlerde cinsellik, filmlerde ve televizyon programlarında kullanılan genel ahlaka uygun olmayan dil, medyadaki cinsellikle ilgili yapılan araştırmalar, medyada cinsellik eğitimiyle ilgili içerik, doğum kontrolüyle ilgili reklamlar, medyada pornografi ve medyada cinsellikle ilgili sorunlara dönük çözüm önerileri üzerinde durulmaktadır.

Kitabın altıncı bölümü olan *Bağımlılık Yapıcı Maddeler ve Medya*’da, ergenlerde bağımlılık yapıcı madde kullanımı, çocuk ve ergenlerde bağımlılık yapıcı madde kullanımının belirleyici öğeleri, çocuk ve ergenlerde bağımlılık yapıcı madde kullanımında reklamların etkisi, televizyon programlarında, müzik eserlerinde, video kliplerde ve filmlerde sigara, alkol ve uyuşturucu kullanımı, bu konuyla ilgili yapılan araştırmalar ve karşılaşılan sorunlarla ilgili çözüm önerileri üzerinde durulmaktadır.

Kitabın yedinci bölümü olan *Beslenme ve Beslenme Bozuklukları*’nda, yiyecek reklamları, yiyecek reklamlarının davranış üzerine olan etkisi, televizyon programları ve filmlerde yiyecek reklamları, okullardaki yiyecek reklamcılığı, televizyon izlemenin çocuk obezitesini yükseltip yükseltmediği, beslenme bozuklukları ve beden imajı, bozuk beden imajı, anoreksia nervroza ile bulimia gibi hastalıklar ve sorunlarla ilgili çözüm önerileri üzerinde durulmaktadır.

Kitabın sekizinci bölümü olan *Rock Müzik ve Video Klipler*’de, Rock’n Roll müziği, ergenlerin müziği nasıl kullandıkları ve ona yükledikleri anlamlar, video klipler ve MTV gibi konular üzerinde durulmaktadır.

Kitabın dokuzuncu bölümü olan *İnternet*’te, internetle ilgili temel kavramlar, internetin çocuklar ve ergenler tarafından kullanımı, internetle ilgili kaygılar, internetle ilgili temel kaygı: cinsellik, satanizm ve dini misyonerlik, uyuşturucu, kumar, terörizm, nefret söylemi ve ırkçılık, alkol ve tütün reklamları, çocukların özel hayatının gizliliğine dönük kaygılar, tüm bu kaygıların çözümüne dönük öneriler ve internetin olumlu yönleri üzerinde durulmaktadır.

Kitabın onuncu bölümü olan *Medya Okuryazarlığı: Ne? Niçin? Nasıl?*’da, günümüz kitle iletişimlerinin vardığı nokta ve medya okuryazarlığına olan ihtiyacın nedenleri, bu süreçte öğrencilerin, ailelerin ve politik anlamda karar vericilerin medya etkileri hakkında bilgilenmesi ve birer medya okuryazarlığı savunucusu haline dönüşmeleri, medyanın tüm boyutlarıyla irdelenmesi, okul ve aile için medya okuryazarlığı, medya analizinin araçları ve medya eğitiminin etkililiği gibi konular üzerinde durulmaktadır.

Kitabın on birinci ve son bölümü olan *Sorunların Çözümüne Dönük On Tartışma*'da, program niteliklerinin iyileştirilmesi, reklamların iyileştirilmesi, medyadaki şiddetin kamu sağlığını tehdit eden bir faktör olarak algılanması, tüm medya için tekbiçim derecelendirme sisteminin oluşturulması, medyada yer alan cinsellik betimlemelerinin iyileştirilmesi, medya ile ilgili daha fazla araştırmanın yürütülmesi, çocuklar, aileler ve sağlık uzmanları için medya eğitiminin artırılması, eğitim ve sağlıkla ilgili konularda medyanın katılımıyla kampanyalar düzenlenmesi ile sosyal ve kamu politikalarını teşvik etmek için kitlesel medyanın stratejik kullanımının sağlanması gibi konular üzerinde durulmaktadır.

Kitabın 422 ile 438. sayfaları arasında *Medya Okuryazarlığı Becerileri, Medya Okuryazarlığı ile İlgili Kaynaklar ve Medya Okuryazarlığının Tanımı* ile ilgili ekler bölümü yer almaktadır.

Kitaba genel olarak bakıldığında; ilk olarak yazılış amacının, 21. yüzyılda kitlesel medyanın gençler üzerindeki etkileri hakkında neler bilindiğinin ortaya konulması olduğu görülmektedir. Bu nedenle kitap, çocukların ve ergenlerin medya ile etkileşimlerinin nasıl gerçekleştiğine dönük olarak kapsamlı ve araştırma odaklı bir bakış açısı sunmaktadır. Kitapta yer alan bu bakış açısına bağlı olarak her bölümde sunulan medyadan resimler, karikatürler ve medya etkileri ile ilgili siyasal tartışma ve gerçek hayattan örnekler, içeriğin zengin bir biçime bürünmesine yardımcı olmaktadır.

Ayrıca kitabın konuyla ilgili diğer çalışmalardan iki boyutta farklılaştığı görülmektedir. Bunlardan ilki, kitabın gelişimsel açıdan çocukluk ve ergenlik döneminin tamamını kapsamasıdır. Medya ile ilişkili olarak yapılan farklı çalışmaların bir çoğunda yalnızca çocukluk ya da yalnızca ergenlik dönemlerinin işlenmesi bu çalışmaların birer sınırlılığı olarak görülebilir. *CHILDREN, Adolescents, & the MEDIA*'da ise tüm gençlik dönemini karakterize eden geniş bir yaş dilimi irdelenmektedir. İkinci olarak, kitabın yazarlarının farklı altyapılardan geliyor oluşunun, kitabın içeriğinde yer alan konularda kendini büyük oranda gösterdiği görülmektedir. Victor C. Strasburger kariyerinin büyük kısmını kitlesel medyanın çocuklar üzerindeki etkilerine ayırmış, akademik anlamda profesör unvanı olan bir pediatri (çocuk hastalıkları) uzmanıdır. Barbara J. Wilson ise, çocuk gelişimi ve kitlesel medya ile ilgili çalışmalar yürüten ve akademik anlamda iletişim bilimi alanında profesör ünvanına sahip bir bilim insanıdır. İki yazar, bu kitapta aileler, sağlık uzmanları, eğitimciler ve politika yapımcılar için acil çözüm bekleyen medya konularını tanımlamaya ve tıp, sosyal bilimler, çocuk gelişimi, kamu politikası ve medya alanındaki zengin ve farklı deneyimlerini okuyucularla paylaşmaya çalışmışlardır.

**Kaynak:** Strasburger, V.C. and Wilson B.J. (2002). *Children, Adolescents, & the Media*. Sage Publications. Thousand Oaks. U.S. 539 pages.