

ÇOCUKLAR- ERGENLER, MEDYA BAĞIMLILIĞI VE SINIF DIŞI EĞİTİM

Emel OKUR-BERBEROĞLU*

ÖZ

Medyanın en çok etkilediği gruplardan ikisi, çocukları ve ergenlerdir. Çocuklar, gerçek ve kurguyu ayırt edemedikleri için medyadan etkilenmektedir. Ergenler ise seçtikleri rol modellerin davranış şekillerini benimsemeleri nedeniyle medyadan oldukça fazla etkilenmektedir. Çocuklar ve gençler, medya mesajlarını yeteri kadar eleştirel yorumlayamadıkları için savunmasız kalmakta ve bir bağımlılık durumu ortaya çıkmaktadır. Bu yaş grupları ayrıca, bu bağımlılık nedeniyle çevrimiçi tacize, sanal şiddete ve cinsel içerikli mesajlara maruz kalmakta ve olumsuz psikolojik etki olmaktadır. Bu tür etkileri en aza indirmenin bir yolu da eğitimden geçmektedir. Sınıf dışı eğitimin medya bağımlılığını en aza indirmek için kullanılabilir eğitimlerden biri olduğu düşünülmektedir. Bu eğitim aynı zamanda kişisel gelişim, öfke kontrolü, liderlik, empati, sportif yeteneklerin gelişimi gibi sosyal ve psikomotor çıktılar için de kullanılmaktadır. Bu araştırmanın amacı, medyanın çocuklar ve ergenler üzerindeki olumsuz etkisine dikkat çekmek ve medyanın olumsuz etkilerinin sınıf dışı eğitim ile giderilebileceğini ifade etmektir. Araştırmada, tarama modeli kullanılmıştır.

Anahtar Kelimeler: medya, çocuklar, ergenler, sınıf dışı eğitim, bağımlılık

CHILDREN- TEENAGERS, MEDIA ADDICTION AND OUTDOOR EDUCATION

ABSTRACT

Two of the groups media have an effect upon the most are children and teenagers. For children cannot discriminate the real and fiction, they are affected by the media. Teenagers are rather affected by the media because they choose to adopt the behavior patterns of role models of their choices. Both children and teenagers remain vulnerable, as they cannot think over and commentate on media messages critically and thus a media addiction occurs. These age groups, due to this addiction, are getting exposed to online harassment, virtual violence, and sexually explicit messages and this results in negative psychological effects. One of the ways to minimize such effects is education. Outdoor education is thought to be one of the options that might be used to decrease the side effects of media addiction. The education is also used for the social and psychomotor outcomes such as personal development, anger control, leadership, empathy, and development of sportive skills. The aims of this study are to point out the negative effects of media on both children and teenagers and to declare that these negative effects might be eliminated by outdoor education. The descriptive model was used in the study.

Keywords: media, children, teenagers, outdoor education, addiction

* Dr. LIC (Livestock Improvement Corporation), 140 Riverlea Road, Hamilton New Zealand, emelokur17@gmail.com

1. GİRİŞ

Küreselleşen dünyada, değişen ve gelişen teknolojiyle beraber insanlar, artık daha fazla medya baskısı altında kalmaya başlamıştır. Bu baskıdan en çok etkilenenlerin de çocuklar ve gençler olduğu ifade edilmektedir. Medya baskısından en çok etkilenenlerin, neden çocuklar ve gençler olduğuna dair birçok araştırma ve düşünce bulunmaktadır.

Bu çalışmanın iki amacı bulunmaktadır. Birincisi, medyanın çocuklar üzerindeki olumsuz etkisine dikkat çekmektir ve alan yazın taraması bu yönde yapılmıştır. Her ne kadar medyanın, olumlu etkilerinin de olduğunu belirten araştırmalar bulunsada (Bickham, Wright ve Huston, 2002; Chen, 1994; Gardner ve Davis, 2013) bu sonuçlar, çalışmanın amacı dışında bırakılmıştır. İkinci olarak ise medyanın olumsuz etkilerinin, sınıf dışı eğitim ile giderilebileceği tezi üzerine durulmuştur. Öncelikle çocuk ve ergenin ne olduğunu ve çocuk- ergen arasındaki farkların ne olduğunu tanımlamanın, çalışmanın gidiş hattını değerlendirme açısından önemli olduğu düşünülmektedir. Ardından medya şiddeti, medya bağımlılığı ve sınıf dışı eğitimden bahsedilecektir.

2. YÖNTEM

Araştırmada, tarama modeli kullanılmıştır. Karasar (2005), tarama modelinde amacın sebep-sonuç ilişkisi kurmak değil, varolan bir durumu olduğu gibi ortaya koymak olduğunu belirtmektedir. Bu çalışmada da alan yazın taraması, medyanın çocuklar ve ergenler üzerindeki zararlı etkilerine ve sınıf dışı eğitime yönelik mevcut araştırmalar kapsamında yapılmıştır.

3. ÇOCUKLAR VE ERGENLER

Medya açısından incelendiğinde, çocukların ve ergenlerin medyadan en çok etkilenen gruplar olduğu ifade edilmektedir (Strasburger ve Wilson, 2002). Çocuk, insanın doğumundan, ergenliğe kadar olan dönemdeki durumu olarak tanımlanırken; ergen fizyolojik olarak olgunlaşmasını tamamlamış fakat bağımsızlığını kazanarak erişkinler arasına katılmamış bireyler olarak tanımlanmaktadır (Akarslan, 1998). Ayrıca çocuklar, gelişmemiş insanlar olarak düşünülmektedir; oysa ki bu çok yanlış bir tanımlamadır. Çocukların da kendilerine göre bir mantıksal kavrayışları ve belirli düzeyde hayat deneyimleri olduğu, pasif alıcı olmadıkları unutulmamalıdır (Walters ve Zwaga, 2001).

3.1. Bugünkü Gençliğin Medya Çevresi

TV'deki şiddet ve cinsel içerikler gibi, video oyunlarındaki şiddet içerikleri de çocuk ve ergenleri etkilemektedir (Berger, 2014; Chan, 2012; Fabregat ve Beltri, 1998; Levine, 1998; Walters ve Zwaga, 2001). Kablolulu TV, uydu kanalları, CD-DVD oynatıcılar, kişisel bilgisayarlar, dijital kamera kullanımındaki artış, ebeveynlerin çocuk üzerindeki kontrolünü sarsmaktadır. Hatta çocukları yatak odalarında, kişisel TV ve bilgisayarlar dahi yer almaktadır (Roberts ve Foehr, 2008; Walters ve Zwaga, 2001). Bu durumla bağlantılı olarak günümüzde, ağırlıklı olarak çocuklara (Baby TV, TRT Çocuk gibi) ya da gençlere (MTV, Kral TV gibi) yönelik televizyon kanallarının olduğu görülmektedir.

Roberts ve Foehr (2008) Amerika Birleşik Devletleri'nde yaptığı bir araştırmaya göre çocuklar, günde ortalama 6 saatten fazla zamanı medyayı kullanarak geçirmekte, ortalama 2.5 saat TV seyretmektedir ve çocukların hemen hemen yarısı için izleme kuralı koyulmamıştır. Akbulut ve Kartopu (2006) da kontrolsüz şekilde televizyon izlettirilen çocukların yorum

yapma, muhakeme etme yeteneklerinin olumsuz etkilendiğini belirtmişlerdir. Benzer bir çalışmada İngiltere’de çocukların %60’nın, İsveç’te %20’sinin yatak odasında TV olduğu tespit edilmiştir (Strasburger ve Wilson, 2002). Sonuçta çocuklar, bir şekilde medya ile karşılaşmaktadırlar.

Hobbs (1998) öğretmenlerin, öğrencileri medya dolu bir dünyaya hazırlamaları gerektiğini belirtmektedir. Medya okuryazarlığında, iki tür akım ortaya çıkmaktadır:

I. Korumacılar (Len Masterman, Hall, Derry, Bazalgette)

II. Hazırlayıcılar (David Buckingham)

I. Korumacılar, çocukların, medyaya karşı korunmaları gerektiğini savunmaktadırlar. Onlara göre çocuklara, medyadan verilen mesajları çözümleme ve arkasında yatan mesajı anlama yeteneğinin verilmesi yeterli olmaktadır. Yani öğretmenin anlatmasını, öğrencinin ise muhakeme etmekten ziyade dinleyerek öğrenebileceklerini ifade etmektedirler (Hobbs, 1998). Medya mesajları sadece bir fantezidir, mesajların amacı ideolojik fikirleri yaymaktır. TV, sinema, video oyunları da bu amaç için kullanılmaktadır (Poyntz, 2006). Bazalgette, bu durumu şu şekilde ifade etmiştir:

“Çocuklara medya metinlerini yapıbozuma uğratmaları (deconstruct) öğretililebilirse, sihirli ‘mantra’ gider ve o zaman çocuklar, fantezi tarafından aldatılmaz, şiddet tarafından sömürülmez ya da ticari niyetler tarafından manipüle edilmezler. Bu senaryoya göre, medya eğitimi, tetanoz aşısının pedagojik muadilidir” (Bazalgette, 1997, s. 72)

David Buckingham’ın önderliğini yaptığı hazırlayıcılar ise Masterman’ın görüşünü yetersiz bulmakta, çocukların eleştirel düşünme yeteneğinin geliştirilmesi gerektiğini savunmaktadırlar. Amaç fantezi ile gerçeğin ayırt edilebilmesidir. Medya ile genç insanın birbirine bağlanması/birleştirilmesi istenmektedir (Poyntz, 2006).

Amerikan Pediatri Derneği (AAP, 2009) 2008 yılı raporunda, medyadaki görüntü ve mesajların, çocuklar ve gençler üzerindeki etkilerini saldırgan davranış ve şiddet, bireysel ve toplumsal temelde şiddete duyarsızlaşma, madde bağımlılığı ve istismar, beslenme ve aşırı şişmanlık, bedensel benlik algısı ve cinselliğe düşkünlük, reklam- pazarlama ve tüketim olmak üzere beş ana başlıkta toplamıştır. AAP (2011) aynı zamanda sosyal medya bağımlılığı konusunda, ebeveynleri ve eğitimcileri uyarmaktadır çünkü Facebook gibi sosyal medya ağlarına, istedikleri sıklıkta erişemeyen çocuklar ya da ergenlerde depresyon belirtileri ortaya çıkmaktadır.

3.2. Çocuklar ile Ergenler Hangi Yönlerden Farklıdır?

Birçok ergen, kişisel olarak medyadan çok fazla etkilenmediklerine inanmaktadırlar. Perloff (1999), bu durumu ‘üçüncü kişi’ etkisi olarak tanımlamaktadır. Çocuklarınsa, ergenlere göre daha çok ‘üçüncü kişi’ etkisi altında oldukları düşünülmektedir (Strasburger ve Wilson, 2002). Medyadan çocuklar mı yoksa ergenler mi daha çok etkilendiğine dair tartışmalar vardır. Bir görüşü göre, çocuklar tecrübesi olmadıkları için korunmaya muhtaçtırlar. Tapscott (1999) ise tam aksine çocukların, medya konusunda bilgili ve yeterli idrake sahip olduklarını, çok da fazla korumacı olmaya gerek olmadığını; bunu yerine çocukların kontrolü ellerine almaları için cesaretlendirilmeleri gerektiğini ifade etmiştir.

Çocuklar, ergenler gibi değildirler. Çünkü;

1. Çocukların, gerçek dünyaya dair bilgi ve tecrübeleri çok azdır. Dolayısıyla her duyduklarına ya da her gördüklerine inanabilirler.

2. Çocuklar, ergenlere göre öğrenmeye daha isteklidirler. “Neden, bu nedir?” sorularını daha çok sorarlar.
3. Çocukların, aynı habere dair farklı kanallarda verilen mesajı, eleştirel olarak değerlendirmeye yetenekleri daha azdır (Strasburger ve Wilson, 2002; Walters ve Zwaga, 2001).

Çocuklar ise bilişsel düzeyleri, kişilikleri, cinsiyetleri, anne karınıdaki gelişim dönemleri açısından birbirlerinden farklılık göstermektedir (Strasburger ve Wilson, 2002). Ergenlik döneminin en tipik özellikleri kimlik arayışı, daha fazla bağımsız olma mücadelesi, daha fazla risk alma (sigara, alkol kullanımı), akran gruplarına daha fazla önem verme, cinsel gelişimden dolayı cinsel içerikli mesajlara daha açık olma olarak tanımlanmaktadır (Bee ve Boyd, 2009; Chan; 2012; Levine, 1998).

3.3. Kitlese Medya Süreci

Çocukların kitlese medya sürecinde aşağıda belirtilen basamaklardan geçtiği ifade edilmektedir. Buna göre;

1. Çocuk, ihtiyacı olan mesajı seçer.
2. Gözlediği olayları ya da aldığı mesajları, bir hikâye dizisi halinde sıralamaya yerleştirir.
3. Mesajlardan aldığı ipuçlarını, yorumlamaya ihtiyaç duyar.
4. Dolaylı ya da doğrudan gelen mesajları yorumlamak için çocuğun hafızasında, medya içerikleri ile ilgili bilgilerin olması gerekir.
5. Mesaj, çocuk tarafından bağlantılı ya da bağlantısız şekilde değerlendirilir. Piaget’in ‘Bilişsel Kuramı’ doğrultusunda, mesajın yorumlanması da değişecektir (Strasburger ve Wilson, 2002).

3.4. Küçük Çocuklar- Büyük Çocuklar

Okul öncesi dönemde çocuklar, daha çok ses ve görüntüye; 6-7 yaş civarında nesnelerin fonksiyonlarına odaklanırlar. Küçük çocuklarda daha çok odaklanma; büyük çocuklarda odak kayması vardır. Ör: Piaget’in su deneyi (Piaget, 2000).

Küçükler, TV’de gördüklerini gerçek sanırlar; büyük çocuklar programın amacını, sunulan ip uçlarını değerlendirerek gerçek dünya ile bağlantısının olup olmadığını algılar (Levine, 1998).

3.5. Reklam

Reklamlar, üç nedenden ötürü çocukları hedef almaktadır:

1. Çocuklar, artık harçlık alarak kendi paralarını harcıyorlar.
2. Ebeveynlerinin tüketim davranışlarını etkiliyorlar. Özellikle gelir seviyesinin artması, boşanma oranlarının artması, ebeveynlerin, evden çok işe zaman ayırıyor olması, çocukların ebeveynleri üzerindeki etkiyi arttırmaktadır (Levine, 1998; Roberts ve Foehr, 2008).
3. Reklamcılar, bugünün çocuklarının yarının tüketicisi olduğunu düşünerek hareket ediyorlar. Bu fikre reklamcılıkta, “beşikten-mezara” anlayışı denmektedir. (Stras-

burger ve Wilson, 2002). Ör: Ünlü bir çizgi film kahramanının (Örümcek Adam), tüketim ürünlerinin sunulması: (Silgi, çanta, nevresim takımı, maske vb).

3.5.1. Çocuklardaki Reklam Süreci

Çocuklardaki reklam sürecinin, aşağıdaki basamaklardan geçtiği ifade edilmektedir. Buna göre;

1. Reklamın dikkat çekmesi gereklidir.
2. Reklamın, asıl programdan ayırt edilebilmesi gereklidir. 5 yaşına kadar çocukların, reklam ile program içeriğini ayırt edemedikleri tespit edilmiştir.
3. Reklamın kavranmasıdır (Strasburger ve Wilson, 2002).

Roberts (1982), reklamın anlaşılması için dört fikrin olması gerektiğini vurgulamıştır: kaynağın bakış açısı, alıcıdan farklıdır, kaynağın amacı, ikna etmektir, ikna için gönderilen mesaj, taraflıdır, taraflı mesaj, yorumsal strateji içerir. Bazı araştırmacılar çocukların özellikle, ilk iki fikre odaklandıklarını ifade etmektedir (akt: Strasburger ve Wilson, 2002).

3.5.2. Reklamın İkna Ediciliği

Reklamın ikna ediciliğinde, üç önemli nokta vardır. Bunlar;

1. Ürün talebi: Ne kadar çok reklam varsa o derece fazla talep olacağı vurgulanmaktadır (Strasburger ve Wilson, 2002). Potter (2005), bu durumu medyanın 'tutumsal etkisi-kültürlenme' olarak tanımlamıştır. Buna göre ne kadar çok ürün reklamı yapılırsa, o ürün konusunda satışta çok olacak ve alıcı iyi bir ürün aldığını düşünecektir.
2. Ebeveyn- çocuk çatışması: Bazı durumlarda çocuğun talebi ile ebeveyn talebi örtüşmeyebilir. Örtüşmediği durumlarda çocuk, duygusal baskı yaparak kendi istediği ürünü aldırabilmektedir (Austin, Roberts ve Nass, 1990).
3. Materyalizm ve değer uyumu: Bu durumda materyalist gencin, reklamlara bağlı olarak daha fazla ürün alması beklenmektedir (Strasburger ve Wilson, 2002).

3.5.3. Çocuklardaki Tüketici Davranışının Evreleri

Valkenburg ve Canter (2001), çocuklardaki tüketim davranışlarına dair dört evre belirlemiştir:

1. İstek ve tercihlerin hissedilmesi evresi: Bu evre bebeklerde ve emekleyen çocuklarda görülmektedir. Belirli amaçtan ziyade ilginç gelen objeler dikkat edilmektedir. Renk, koku, ses vb.
2. Mızızlanma- Anlaşma Evresi: Bu yaş dönemindeki çocuklar, okul öncesi yaş grubudur ve reklamcılarının en çok etkilemeye çalıştıkları gruptur. Bu grupta yer alan çocuklar belirli bir ürünün alınması için ısrar ederler ve buna yönelik duygusal davranış sergilemektedirler.
3. Risk alma ve ilk satın alma evresi: Bu evrede yer alan çocuklar, beş ile sekiz yaş arasında yer almaktadır. Çocuklar, yavaş yavaş ilk defa alış-veriş yapmaya başlamaktadırlar.
4. Uyum gösterme ve titizlik evresi: Bu evrede yer alan çocuklar sekiz ile on iki yaş

arasında yer almaktadır. Bu yaş grubundaki çocuklar ürünleri kendi arasında değerlendirilebilir ve arkadaş normlarına daha çok önem vermektedirler.

3.5.4. 21. yy Pazarlama Stratejileri

Yirmi birinci yüzyılda, çocuklara yönelik yeni pazarlama stratejileri geliştirilmeye başlanmıştır. Bu pazarlama stratejileri;

1. Birden fazla medya kanalında oyuncak bayilikleri: Ninja kaplumbağaları, Pokemon, Nintendo video oyunları gibi unsurlar, çocukların dikkatini çekecek farklı şekillerde medya da yer almaktadır (AAP, 2011).
2. Okullarda satış: Yirmi birinci yüzyılda okullar, artık ticari alanlar olarak görülmeye başlanmıştır. Şirketler bunu dört şekilde yapmaktadırlar:
 - a. Belirli bir amaç sonunda, çeşitli ödüller sağlanmaktadır. Ör: Pizza Hut, Mc Donalds gibi yemek firmaları, öğretmenin istediğini yapana yemek kuponu vermesi gibi.
 - b. Firmalar doğrudan okula yardım yapabilmektedir.
 - c. Firmalar, program doğrultusunda çeşitli kitap, CD, broşür hazırlayabilmektedir.
 - d. Kanallar, okulda program yapabilmektedir. Ör: Kanal 1, liselerde günlük 12 dakika program yapmaktadır (AAP, 2011).
3. Çocuklara sanal (online) satış

Çocuklara yönelik özel web siteleri düzenlenmektedir. Ör: afacancocuk.com, atlikarinacam.com gibi. İnternet sayfalarında, sürekli reklamlar yer almaktadır. 1998 yılında Amerikan Kongresi'nde çocukların, sanal satışlardan korunmasına yönelik kanunlar kabul edilmiştir. Buna göre çocuk programlarında reklam, 9.5 sn ile sınırlanacaktır; kanallar, çocuk programlarında program içeriği ile reklamı birbirinden net olarak ayıracaklardır (AAP, 2011).

3.5.5. Reklam Okur-yazarlığının Öğretimi

Reklam okuryazarlığında amaç, çocukların eleştirel alıcı olabilmesini sağlamaktır. Çeşitli araştırmalar, 6-7 yaş civarında reklamlara dair eğitim yapılabileceğini belirtmiştir. Bu yaş aralığında çocuklar reklam ile program içeriğini ayırt edebilmektedir. Aynı zamanda ebeveynlerin de konuşarak, çocuklarını ikna yoluna gidebileceği belirtilmektedir (AAP, 2009; AAP, 2011)ç

4. MEDYA ŞİDDETİ

Medyadaki şiddetin yansımaları sınırlı tutum ve davranışların öğrenilmesi, duyarsızlaşma ve korku olmak üzere üç şekilde görülebilmektedir (Berger, 2014; Fabregat ve Beltri, 1998; Levine, 1998). Bunların nedeni olarak da şiddetin TV'de göz alıcı şekilde gösterilmesi, şiddet iyi olarak yansıtılması, mağdurun zarar görmemesi, ve şiddetin 'önemsiz' olarak yansıtılması olarak belirtilmektedir (AAP, 2008; Berger, 2014). Ör: Eminem ve küfürlü şarkıları.

4.1. Şiddet Nasıl Gerilime Yol Açmaktadır?

Şiddetin, üç şekilde gerilime yol açtığı düşünülmektedir:

1. Bilişsel Çalışma (Berkowitz, 1984): Bu teoriye göre medyadaki şiddet, izleyicideki

sinirli duyguları açığa çıkarmaktadır. Daha çok medyadaki şiddetin, kısa sürede oluşan etkisini açıklamak için kullanılmaktadır

2. Sosyal Öğrenme (Bandura, 1965): Bu teoriye göre bireyin, rol-model olarak aldığı kişinin şiddet uygulaması, bireyi de aynı yönde şiddet uygulamaya ya da sinirli davranışlar göstermeye sevk etmektedir
3. Sosyal Bilgi-İşleme Teorisi (Huesmann, 1998): Huesmann'a göre, erken çocukluk dönemindeki tecrübeler, bireyin beyninde belirli programların (şablonların) oluşmasını sağlamaktadır. Tecrübeler medyadan sağlanıyorsa ve şiddet de içeriyorsa, çocuk bu bilgileri zihninde saklar ve zamanı geldiğinde sinirli davranışlar olarak dışa yansıtır.

4.2. Sinirliliğin Öğrenilmesini Cesaretlendiren Nitelikler

Strasburg ve Wilson (2002) sinirli davranışların öğrenilmesini sağlayan yedi nitelik olduğunu belirtmektedir:

1. Fail'in çekici ve sempatik olarak gösterilmesi: Çocuk faili, rol- model olarak failin davranışlarını benimsemektedir. Aynı cinsiyetten olanı, rol- model alma eğiliminin daha çok olduğu düşünülmektedir (Berger, 2014; Levine, 1998). Singer ve Singer (1998) de çocukların daha çok eğlence için TV seyrettiklerini, buna göre de TV'deki aykırı ya da yanlış modelleri benimsedikleri konusunda uyarılmaktadır.
2. Şiddetin sebebi: Şiddetin savunma ya da cesaretlendirme amaçlı kullanılabilmesi.
3. Silahın sunumu: Günümüzde, silahlanma vakalarında artış gözlenmektedir. Özellikle medyatik insanların hayat tarzlarındaki şiddet de gençleri oldukça fazla etkilemektedir. Örneğin, Nirvana grubunun solisti, Kurt Cobain'in intihar etmesinin ardından grubun hayranlarından da intihar edenler olmuştur
4. Şiddetin, 'gerçekçi' gösterimi
5. Şiddetin ödüllendirilmesi; şiddet uygulayanın cezalandırılmaması
6. Mağdur üzerindeki etkinin önemsiz olarak sergilenmesi
7. Şiddetin mizahi ya da gülünç olarak gösterilmesi

Diğer yandan şiddetin ifadesi de kültürden kültüre değişmektedir. Japon ve Amerikan kültürünün, şiddet açısından karşılaştırılması yapıldığında şu sonuçlar elde edilmiştir: Japonlar, şiddetin kötü yönlerini göstermekte ve bunu vurgulamaktadırlar. Bu ülkede, sıkı aile kontrolü ve disiplin vardır ve silahlanma, kanunlar ile sıkı kontrol altında tutulmaktadır (Iwao ve ark, 1981: akt,Strasburger ve Wilson, 2002).

4.3. Elektronik Oyunlar

Bilgisayar ve video, 'yeni medya' olarak tanımlanmaktadır. Bu oyunların farklı şekilleri vardır. Kişisel bilgisayarlarda oynanabildiği gibi internet üzerinden başka bireylerle de oynanabilmektedir (Berger, 2014; Binark ve Sütçü, 2007). 'Öldür ve puan al' mantığı vardır ve günümüzde video oyunlarının içeriğinde daha çok şiddet yer almaktadır (Berger, 2014; Fabregat ve Beltri, 1998; Levine, 1998).

Türkiye'de özellikle internet kafeler, çocuklar tarafından video oyunlarını oynamak için kullanılmaktadır (Binark ve Sütçü, 2007). 23 Ocak 2007 tarihli İçişleri Bakanlığı genelgesiyle valiliklere, şiddet içeren oyunların listesi iletilmiştir. Buna göre GTA Vice

City, Battlefield Vietnam, Half Life, GTA San Andreas, Delta Force, Swat, Call of Duty, The Punisher, Lancher, Hitman, Counner, Hell Forces, Halo, Line of Sight Vietnam, Pariah, Serious Sam ve Return to Castle Wolfenstein adlı bazı şiddet içerikli oyunların internet kafelerde oynanması yasaklanmıştır (Binark ve Sütçü, 2007).

4.4. Şiddet İçeren Video Oyunlarının Bazı Etkileri

Şiddet içeren video oyunlarının bazı etkilerinin şunlar olduğu ifade edilmiştir: Duyarsızlaşma, empati yeteneğinde azalma, kin gütmeye artış, sinirli davranışlar sergileme, şiddet yanlısı tutum sergileme (Berger, 2014; Fabregat ve Beltri, 1998; Levine, 1998).

Video oyunlarının, iki tür etkisinden bahsedilmektedir:

1. Kısa süreli etki: Şiddet unsuru içeren video oyunları ile şiddet içermeyen video oyunları oynayanlar karşılaştırılmıştır. Şiddet unsuru içeren oyunları oynayanların, daha sinirli davranışlar sergiledikleri tespit edilmiştir. Burada diğer bir önemli konunun da kişilik özellikleri olduğu ifade edilmektedir.
2. Uzun süreli etki: Uzun süre şiddet içeren oyunları oynayanlarda, empati yeteneğinde düşme gözlenmiştir (Berger, 2014; Levine, 1998; Roberts ve Foehr, 2008).

4.5. Video Oyunlarına Bağımlılık

Yüksek tempolu video oyunlarını oynayanların kumar tecrübesine benzer tecrübeler yaşadıkları ve daha çok risk aldıkları belirlenmiştir. Yüksek risk almak bireylerin, kendini özel hissetmesini sağlamaktadır (Berger, 2014; Roberts ve Foehr, 2008; Levine, 1998).

Video oyunlarını oynamak için uzun süreli bilgisayar başında kalmanın, bir takım sağlık sorunlarına yol açtığına işaret edilmektedir. Bunlardan bazılarının iskelet -kas sistemi ile ilgili rahatsızlıklar, baş- karın- göğüs ağrısı, yorgunluk, iştahsızlık, kilo kaybı, baş dönmesi, hafif ateş, nedeni bilinmeyen terleme, aşırı şişmanlık, kalp rahatsızlıkları olduğu belirtilmektedir (Bee ve Boyd, 2009; Berger, 2014; Walters ve Zwaga, 2001). 19 kişi üzerinde yapılan bir araştırmada, bir hafta oyundan uzak kalma ile belirtilerin ortadan kalktığı belirlenmiştir (Strasburg ve Wilson, 2002).

Video oyunlarının çocukların bilişsel yönlerini güçlendirmesi, eğitim-öğretim ortamının zenginleştirilmesi, çocukların kendi kronik hastalıkları (diabet gibi) konusunda eğitilmesi ya da cinsel eğitim için kullanılabilmesi de belirtilmektedir (AAP, 2011; Berger, 2014; Chan, 2012; Roberts ve Foehr, 2008). Bir başka deyişle video oyunlarının, kötü bir bağımlılık olduğu ya da daima kötü olduğu düşünülmemelidir.

5. MEDYA BAĞIMLILIĞI

Değişen dünya düzeni, yaşam tarzı ve gelişen teknoloji ile beraber artık çocuklar- gençler, daha fazla medya mesajları ile karşı karşıya gelmektedir (Roberts ve Foehr, 2008). Artan medya baskısının, çocukları ruhsal ve davranışsal yönden çoğunlukla olumsuz etkilediği düşünülmektedir (AAP, 2019; AAP, 2011). Diğer önemli bir nokta ise çocuklar- gençlerin, medyaya karşı savunmasız kaldıklarına vurgu yapılmasıdır. Özellikle bu savunmasızlık halinin reklam sektöründe, etkili olarak kullanıldığı belirtilmektedir ve dikkat edilirse, hayatımızın her anında reklam mesajları yer almaktadır. Burada en önemli noktanın ise çocukların- gençlerin, medya okuryazarlığı konusunda eğitilmesi olduğu düşünülmektedir çünkü medya, her yanımızı kuşatmıştır. Sosyal ilişkilerden, giyinme tercihine, hangi partiye

oy vereceğimize kadar insan hayatını etkilemektedir. Özellikle sosyal medya kullanımında ciddi sıkıntılar göze çarpmaktadır.

Roberts ve Foehr (2008) yaş, cinsiyet, etnik köken, sosyo-ekonomik durumlara göre sosyal medya kullanımında farklılıklar olduğunu belirtmektedir; özellikle çocuklar ve gençler, sosyal ağı çok sık kullanmaktadır. Amerika'da gençlerin günde an az 10 defa, Facebook sayfalarına giriş yaptıkları ifade edilmektedir (Roberts ve Foehr, 2008). Gençler, eğer sosyal medya ağlarına ulaşamazlarsa, depresyon belirtileri göstermektedir (AAP, 2011). Öyle ki bu durum artık bir bağımlılık noktasına gelmiştir. Yalnız bu bağımlılık, beraberinde bir takım başka sorunları da getirmektedir. Çocuklar ve gençler çevrimiçi tacize, sanal şiddete, cinsel içerikli mesajlara maruz kalmaktadır (AAP, 2011; Chan, 2012). Bu yaş gruplarında, medya mesajlarını nasıl değerlendireceklerini bilemedikleri için daha fazla psikolojik etki oluşmaktadır (Chan; 2012). Bu tür etkileri en aza indirmenin bir yolu da eğitimden geçmektedir.

6. SINIF DIŞI EĞİTİM

Sınıf dışı ve etkinlik odaklı uygulamaların, medya bağımlılığı üzerine etkili olacağı düşünülmektedir çünkü sınıf dışı eğitim kişisel gelişim, öfke kontrolü, liderlik, empati, sportif yeteneklerin gelişimi gibi sosyal ve psikomotor çıktılar için de kullanılmaktadır (Powers, 2004). Roberts ve Foehr (2008) de gençlerin günlük herhangi bir aktivitelerini yerine getirmekten daha çok medya ile ilgilendikleri konusunda uyarılmaktadır. Bu durumun sonucu olarak da bir takım sağlık sorunlarını ortaya çıkmaktadır (Bee ve Boyd, 2009; Walters ve Zwaga, 2001). Sınıf dışı ve etkinlik odaklı uygulamalar ile bireylerin kişisel ve psikolojik gelişimlerine katkı sağlanabileceği düşünülmektedir.

Alan yazında sınıf dışı eğitimin, medya okuryazarlığı eğitimi için kullanımı konusunda bir boşluk olduğu göze çarpmaktadır. Bu nedenle, bu konuda daha çok araştırma yapılması ve disiplinler arası bir yaklaşım benimsenmesine ihtiyaç bulunmaktadır. Yeni öğretim programında, medya okuryazarlığı dersinin de olmasından dolayı sınıfıçi etkinlikler, sınıf dışı etkinliklerle birleştirilebilir çünkü sınıf dışı eğitimin bir özelliği de örgün eğitimi desteklemek amacıyla kullanılmasıdır (Tsai, 2006).

Sınıf dışı eğitimler eğitim, eğlence, tedavi, bireysel ve sosyal gelişim, doğa eğitimi gibi çeşitli alanlarda kullanılabilir (Miller, 2008; Neill, 2008). Sınıf dışı eğitim, bu kadar çok amaçlı kullanılması dolayısıyla birbirinden farklı çıktılar da oluşmaktadır. Hattie ve ark. (1997), 97 sınıf dışı eğitim programını incelemişler ve eğitim sonucunda, 997 farklı etkinin olduğunu belirlemişlerdir (akt: Miller, 2008). Bu çıktıların %76'sı bireysel ve sosyal gelişim, %12'sinin tedavi, % 6'sının eğlence, % 5'nin eğitim ve %1'nin çevresel etki yönünde olduğunu belirtmişlerdir. Cumberbatch (1999) 6, 7 ve 8. sınıflar üzerine yapmış olduğu çalışmada, sınıf içinde yaşanan disiplin probleminin çözümü için sınıf dışı doğa eğitiminin etkisini araştırmıştır. Müfredat doğrultusunda yapılan düzenlemeler sonucunda, 6 ve 7. sınıflardaki öğrencilerde olumlu davranış değişiklikleri gözlenmiştir. Benzer bir çalışmayı Olsen (1950; akt: Shanely, 2006) dördüncü ve beşinci sınıf öğrencilerinde, Halligan (2006) Kuzey Amerika'da ortaöğretim öğrencileri ve Robinson (2008) Afrika kökenli Amerikalı kolej öğrencileri için yapmış ve olumlu çıktılar elde etmiştir.

Sınıf dışı eğitim, sadece doğa eğitimi için değil kişisel ve duygusal gelişim, sosyal ve akademik hayatta başarısız olan risk altındaki gençlerin gelişim kaydetmesi için de kullanılmaktadır (Murdock, 2007). Aynı zamanda sınıf dışı eğitim, okulda gerçekleştirilen

eğitimi güçlendirmek ve bu eğitimin kısıtlılıklarını ortadan kaldırmak için kullanılmaktadır (Murdock, 2007). Hammerman ve Hammerman (2001; akt: Tsai, 2006) sınıf dışı eğitimin fen bilimleri alanında doğa eğitimi; sosyal bilimler alanında ise sosyal anlamada risk altındaki çocukların gelişimi (Halligan, 2006) için kullanıldığını ifade etmektedir. Carrier (2004) Kanada’da ortaöğretim düzeyinde sınıf dışı eğitim ile demokrasi eğitiminin verilmesinin etkililiğini; Powers (2004) ise sınıf dışı eğitimin 11.sınıf öğrencileri üzerindeki etkililiğini araştırmıştır. Araştırma sonucuna göre sınıf dışı eğitimden sonra öğrencilerin zaman yönetimi, sosyal ilişki, başarı güdüsü, liderlik ruhu, duygusal kontrollerinde artış tespit edilmiştir.

7. SONUÇ

Yukarıdaki alan yazınlarda da görüldüğü üzere sınıf dışı eğitim, medya bağımlılığı konusunda kullanılabilir uygun bir eğitim şeklidir. Burada özellikle belirtilmesi gereken konu, sınıf dışı eğitimin plansız- programsız bir eğitim olmadığı ve mutlaka iyi planlanmış bir program olması gerektiğidir (Tsai, 2006; Carrier, 2004). Bu bağlamda medyaokuryazarlığı, sınıf dışı eğitim ve program geliştirme uzmanları bir arada çalışabilir. Türkiye’de de çocuklar ya da ergenler ile yapılmış sınıf dışı çalışmalar bulunmaktadır (Bozdoğan, 2007; Erentay ve Erdoğan, 2009; Erten, 2003; Erten, 2005; Okur-Berberoğlu, Güder, Sezer ve Yalçın-Özdilek, 2013a; Okur-Berberoğlu, Güder, Sezer ve Yalçın-Özdilek, 2013b; Okur-Berberoğlu, Yalçın-Özdilek, Sönmez ve Olgun, 2014; Özbay, 2010). Bu çalışmaların ortak özelliği, çevre eğitimi ya da fen eğitimi odaklı olmalarıdır. Bu araştırmanın amacı da bu alandaki eksikliğe dikkat çekmek ve yeni araştırmalara yol açabilmektir.

Türkiye’nin son eğitim programında, ‘Medya okuryazarlığı’ dersi de yer almaktadır (MEB, 2013) fakat sadece çocukların eğitimi yeterli değildir. Ebeveynlerin ve öğretmenlerin eğitimi de önem kazanmaktadır (Levine, 1998). Eğer medyanın kullanımı bir bağımlılık noktasına geldiyse bu bağımlılık ile nasıl baş edileceğinin de öğretilmesi gerekmektedir. Bu konuda çeşitli kurumlar arasında işbirliği yapılarak yetişkin eğitimi üzerine yeni programlar geliştirilebilir. Örneğin TÜBİTAK (Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu) 1999 yılından bu yana, öğretmenlere yönelik çevre eğitimi projelerini desteklemektedir (Erentay ve Erdoğan, 2009). Benzer şekilde TÜBİTAK, medya bağımlılığı konulu öğretmenlere ve öğrencilere yönelik sınıf dışı ve etkinlik odaklı sosyal eğitim projelerini (Okur-Berberoğlu ve Uygun, 2013) de destekleyebilir.

Bu çalışma kapsamında medyanın, çocuklar ve ergenler üzerine olan olumsuz etkileri üzerine durulmuş olsa da medyadan ve olası etkilerinden kaçmak da mümkün değildir. Günlük hayat, medya ile iç içedir. 3G-4G-5G cep telefonları, “app” olarak adlandırılan cep telefonu uygulamaları, internet ve internetin her sayfasında akıp giden reklamlar, televizyonda yer alan şiddet görüntüleri kaçınılmaz durumlardır. Önemli olan bu şartları, bireylerin aleyhine çevrebilmek; bireye eleştirel düşünmeyi, mesajların ve görüntülerin ardında yer alabilecek gerçekleri görebilmeyi öğretebilmektir. Bu nedenle, çeşitli düzeylerde eğitime ve sınıf dışı eğitime ihtiyaç bulunmaktadır. Medya okuryazarlığı eğitimi ile sınıf dışı eğitimin birleştirilmesinin, bu alandaki önemli bir eksikliği gidermeye yönelik önemli bir katkı olduğuna inanılmaktadır. Her iki eğitimin de temelinde deneyimsel öğrenme yer almaktadır. Dolayısıyla istenilen çıktılara ulaşılabileceği düşünülmektedir.

8. KAYNAKÇA

- Amerikan Pediatri Derneği (AAP) (2008). "Are Zero Tolerance Policies Effective In The Schools?". *American Psychologist*. Vol. 63, Issue: 9, pp. 852-862. <https://www.apa.org/pubs/info/reports/zero-tolerance.pdf>, 22.01.2015.
- Amerikan Pediatri Derneği (AAP) (2009). "Policy Statement- Media Policy". *Pediatric*, Vol. 124, Issue: 5, pp. 1495-1503. <http://public.psych.iastate.edu/caa/abstracts/2005-2009/09AAPpolicy.pdf>, 27.03.2015.
- Amerikan Pediatri Derneği (AAP) (2011). "Clinical Report: The Impact of Social Media on Children, Adolescents, and Families". *Pediatrics*, Vol. 127, Issue: 4, pp. 800- 804. <http://pediatrics.aappublications.org/content/127/4/800.full.pdf+html>, 27.03.2015.
- Akarslan, M. (1998). "Anahatlarıyla Çocuk Hakları Ve Çocuk Hakları Mevzuatı". Alfa Basım- Yayın- Dağıtım, İstanbul.
- Akbulut, N. T., ve Kartopu, E. (2006). "Yalıtılmış Çocuk (Der. C. Bilgili). *Medyada olmayanlar: Medya eleştirileri* içinde (s. 135-152)". Beta, İstanbul.
- Austin, E. W., Roberts, D. F., & Nass, C. I. (1990). "Influences of Family Communication on Children's Television-İnterpretation Processes". *Communication research*, Vol. 17, Issue: 4, pp. 545-564.
- Bandura, A. (1965). "Vicarious Processes: A Case of No-Trial Learning". *Advances in experimental social psychology*, Vol. 2, pp. 1-55.
- Bazalgette, C. (1997). "Media Literacy in the Information Age, Current Perspectives". Transection Publisher, New Jersey.
- Bee, H. & Boyd, D. (2009). "Çocuk Gelişim Psikolojisi" (Çev: Okhan Gündüz). Kaknüs Yayınları, İstanbul.
- Berger, A. A. (2014). "Media Analysis Techniques". Sage Publications, San Fransisco.
- Berkowitz, L. (1984). "Some Effects of Thoughts on Anti-And Prosocial Influences of Media Events: A Cognitive-Neoassociation Analysis". *Psychological bulletin*. Vol. 95, Issue: 3, pp. 410.
- Bickham, D. Wright, J. & Huston, A. (2002). "Attention, Comprehension and the Educational Influences of Television" in *Handbook of Children and the Media* (Ed. Singer, D. & Singer, J.). Thousand Oaks, Sage Publications, California.
- Binark, M. ve Sütçü-Bayraktutan, G. (2007). "Ankara Mikroölçeğinde İnternet Kafelerin Kullanımı". XII. "Türkiye'de İnternet" Konferansı 8-10 Kasım 2007, Ankara.
- Bozdoğan, A. E. (2007). *Bilim Ve Teknoloji Müzelerinin Fen Öğretimindeki Yeri Ve Önemi*. Yayınlanmamış doktora tezi, Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Carrier, A. M. (2004). *The Emergence of Democratic Educational and Experiential Educational Philosophies İn the Practice of Outdoor Education*. Master of Art Thesis, University of Toronto, Canada.
- Chen, M. (1994). "The Smart Parent's Guide to Kids' TV". KQED Books, San Fransisco.
- Chan, K. (2012). "Consumerism and Gender in Children's TV" in *Sexy Girls, Heroes and Funny Losers: Gender Representations in Children's TV around the World* (Ed. Maya Götz& Dafna Lemish). Peter Lang, Frankfurt.
- Cumberbatch, A. R. (1999). *The Effect of Outdoor Environmental Education on In-Class Behaviors of Sixth, Seventh and Eighth Grade Students*. Published PhD Thesis, the Union Institute Graduate College, Cincinnati, Ohio.

- Elma, C. Kasten, A., Dicle, A. N., Mercan, E., Çınkır, Ş., ve Palavan, Ö. (2009). "İlköğretim 7. Sınıf Öğrencilerinin Medya Ve Medya Okuryazarlığı Dersine İlişkin Tutumları". Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Vol. 27, pp. 93-113.
- Erentay, N. ve Erdoğan, M. (2009). "22 Adımda Doğa Eğitimi". ODTÜ Yayıncılık, Ankara.
- Erten, S. (2003). "5. Sınıf Öğrencilerinde "Çöplerin Azaltılması" Bilincinin Kazandırılmasına Yönelik Bir Öğretim Modeli". Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Cilt. 25, s. 94- 103. <http://www.efdergi.hacettepe.edu.tr/200325SINAN%20ERTEN.pdf>, 13.02.2015.
- Erten, S. (2005). "Okul Öncesi Öğretmen Adaylarında Çevre Dostu Davranışların Araştırılması". Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Cilt. 28, s. 91- 100. <http://www.efdergi.hacettepe.edu.tr/200528SINAN%20ERTEN.pdf> 13.02.2015.
- Fabregat- Aluja, A. & Beltri- Torrubia, R. (1998). "Viewing Of Mass Media Violence\ Perception of Violence\ Personality and Academic Achievement". Personality and Individual Differences. Vol. 25, pp. 973-989. http://web.udl.es/usuario/e7806312/publi/pu_30.pdf, 27.05.2014.
- Gardner, H. & Davis, K. (2013). "The App Generations". Yale University Press, London.
- Halligan, M. W. (2006). *Outdoor Education for Middle School Youth: A Grant Proposal Project*. Master of Social Work Thesis, California State University, USA.
- Hobbs, R. (1998). "The Seven Great Debates in the Media Literacy Movement". Journal of Communication. Vol. 48, Issue: 1, pp. 16-32.
- Huesmann, L. R. (1998). *The role of social information processing and cognitive schema in the acquisition and maintenance of habitual aggressive behavior* (p: 73-109), in "Human Aggression: Theories, Research and Implications For Social Policy" (Ed. Russell G. Geen & Edward Donnerstein). Academic Press, New York.
- Karasar, N. (2005). "Bilimsel Araştırma Yöntemi". Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Levine, M. (1998). "See No Evil: A Guide to Protecting Our Children from Media Violence". Jossey-Bass Publishers, San Fransisco.
- MEB (2013). Milli Eğitim Bakanlığı Medya Okuryazarlığı dersi öğretim programı. 27 Nisan 2015 tarihinde <http://ttkb.meb.gov.tr/www/ogretim-programlari/icerik/72> adresinden alınmıştır.
- Miller, T. J. (2008). *The Alaska Factor: Outdoor Education Program Design İn Alaska*. Master of Education Thesis, University of Alaska, USA.
- Murdock, M. L. (2007). *Outdoor Education As A Protective School-Based Intervention For "At-Risk" Youth: A Case Study Examining The Muskoka Woods Leadership Experience For "Students Of Promise" Program*. PhD Thesis, University of Windsor, Ontario, Canada.
- Neill, J. T (2008). *What is outdoor education? definition (definitions)*. 02 Eylül 2010 tarihinde <http://wilderdom.com/definitions/definitions.html> adresinden alınmıştır.
- Okur-Berberoğlu, E. & Uygun, S. (2013). "TÜBİTAK 4004 Projelerinin Sürdürülebilir Kalkınma İçin Çevre Eğitimi Kapsamında Değerlendirilmesi". Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi. Cilt. 13, Sayı: 2, s. 107- 133.
- Okur-Berberoglu, E., Yalcin-Ozdilek, S., Sonmez, B., & Olgun, O. S. (2014). "Theatre and Sea Turtles: An Intervention in Biodiversity Education". International Journal of Biology Education. Vol. 3, Issue: 1, pp. 24- 40. http://www.ijobed.com/3_1/vol3issuepart3.pdf , 29.04.2014.

- Okur- Berberoglu, E., Guder, Y., Sezer, B., & Yalcin-Ozdilek, S. (2013a). "An Outdoor Hydrobiology Activity's Effect on Student's Affective Perspective, Case Study: Canakkale, Science Camp". *Kastamonu University Kastamonu Education Journal*. Vol. 21, Issue: 3, pp. 1177-1198. <http://79.123.169.199/ojs/index.php/Kefdergi/article/view/33/35> 03.09.2014.
- Okur-Berberoglu, E., Guder, Y., Sezer, B., & Yalcin-Ozdilek, S. (2013b). "The Effect of a Sheep Heart on the Cognitive and Affective Area of the Elementary Students, Case Study: Canakkale, Science Camp". *International Journal of Biology Education*. Vol. 3, Issue: 1, pp. 1-23. http://www.ijobed.com/2_3/vol2issue3art1.pdf 03.09.2014.
- Özbay, Ş. (2010). *Fen Ve Teknoloji Programı İçinde Kompost Hakkında Verilen Etkinliklerin Öğrencilerin Akademik Başarılarına Ve Çevre Tutumlarına Etkisi*. Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Perloff, R. M. (1999). "The Third-Person Effect: A Critical Review and Synthesis". *Media Psychology*. Vol. 1, pp. 353-378. http://www.uky.edu/~dlowe2/documents/1_Perloff1999Third-PersonEffect.pdf 20.05.2014.
- Piaget, J. (2000). "Çocukta Zihinsel Gelişim" (Çev: Hüsen Portakal). Cem Yayınevi, İstanbul.
- Potter, W. J. (2005). "Media Literacy" (3rd Edition). Sage Publication, London.
- Powers, D. L. (2004). *The Effects of an Outdoor Education Program on Life Effectiveness Skills of Participants*. California State University Master of Science Thesis.
- Poyntz, S. R. (2006). "Independent Media, Youth Agency, and the Promise of Media Education". *Canadian Journal of Education*. Vol. 29, Issue: 1, pp. 154-175.
- Roberts, D. F. & Foehr, U. G. (2008). "Trends In Medis Use". *The Future of Children*. Vol. 18, Issue: 1, pp. 11- 37. <http://files.eric.ed.gov/fulltext/EJ795858.pdf> 27.04.2015.
- Robinson, G. H. (2008). *The Fragments of Frustration In Building Academic Literacy for College-Bound African-American Students: Implications for the Use of Outdoor Education*. PhD Thesis, George Mason University, USA.
- Shanely, S. D. (2006). *Towards An Understanding of an Outdoor Education Program: Listening To Participants' Stories*. PhD Thesis, University of Florida, USA.
- Singer, D. G. & Singer, L. J. (1998). "Developing Critical Viewing Skills and Media Literacy In Children. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*". *Children and Television*. Vol. 557, pp. 164-179.
- Strasbuger, V. C. & Wilson, B. J. (2002). "Children, Adolescents& the Media". Sage Publication, London.
- Tapscott, D. (1999). "Educating the Net Generation". *Educational Leadership*. Vol. 56, Issue: 5, pp. 6-11.
- Tsai, J.T. (2006). *The Identification of the Components for an Outdoor Education Curriculum In Taiwan*. PhD Thesis, Indiana University, USA.
- Valkenburg, P. M., & Cantor, J. (2001). "The Development of a Child Into a Consumer". *Journal of Applied Developmental Psychology*. Vol. 22, Issue: 1, pp. 61-72.
- Walters, R. & Zwaga, W. (2001). "The Younger Audience". Dunmore Printing Company, New Zealand.