

ÇOCUKLARIN MEDYA ALGISININ RESİMLER ÜZERİNDEN ANALİZİ**Fadime ŞİMŞEK İŞLİYEN**

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Güzel Sanatlar Fakültesi Görsel İletişim Tasarım Bölümü

Mustafa İŞLİYEN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Basın ve Halkla İlişkiler Birimi

ÖZET

Çocukların medya araçları ile oldukça erken dönemde tanışmaları ve onlarla çok yakın ilişki içinde olmaları, medyanın çocuklar üzerindeki etkisinin artmasında önemli rol oynamaktadır. Bu nedenle çocukların medya ile etkileşimi uzun vadede araştırılması gereken ciddi bir konudur. Bu çalışmada aktif birer medya tüketicisi olan çocukların medyaya ilişkin algılarını ölçmek ve medya-çocuk etkileşimini çocukların kendilerini ifade etme aracı olan resimler üzerinden ortaya koymak amaçlanmıştır. Böylece çocukların hangi medya araçlarına daha kolay ulaştığı, medya içeriklerini analiz etme ve değerlendirme noktasında hangi düzeyde oldukları saptanmaya çalışılmıştır.

Çalışmada Nevşehir ili kapsamında ilkokul üçüncü sınıfta öğrenim gören toplam 68 çocukla görüşülmüş ve çocuklardan medyaya yönelik resim yapmaları istenmiştir. Çalışma için veri oluşturan bu resimler içerik analizi yöntemi ile çözümlenmiştir. Bu doğrultuda çocukların büyük bir bölümünün medyanın kapsamına dair belirli bir bilgi düzeyine sahip olduğu bulgulanmıştır. Bu durum medya okuryazarlığı açısından değerlendirildiğinde öncelikle yazılı, görsel ve işitsel medya araçlarının çocuklar tarafından kolay ulaşılabilir olduğunu göstermektedir. Bunun yanında çocukların önemli bir bölümünün medya okuryazarlığının ikinci aşaması olan analiz etme becerisine de sahip olduğu gözlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Çocuk, medya, medya okuryazarlığı, resim, içerik analizi

An Analysis of Children's Media Perception Through Drawings**Abstract**

The fact that children meet mass media at a rather early age and get in close contact with them plays a significant part in the rise of the effect of media on children. Therefore, children's interaction with media is a serious topic that needs to be investigated in the long term. This study, aims to measure the perceptions of children, who are active media consumers, concerning media and reveal the media-children interaction through pictures, which are means for children to express themselves. In this way, an attempt was made to determine which mass media children had easy access to and what level they were in the analysis and evaluation of media content.

Within the scope of the study, a total of 68 children attending primary education third grade in the province of Nevşehir were interviewed and they were asked to draw pictures concerning media. These pictures, which formed the data for the study, were analyzed using the content analysis. Accordingly, it was found that a large portion of the children had a certain level of information regarding the content of media. When this situation is assessed in terms of media literacy, it is seen that print, visual and

audio media are easily accessible by children. In addition, a significant portion of the children also had the ability to analyze, which is the second stage of media literacy.

Keywords: Children, media, media literacy, picture, content analysis

Giriş

Medya araçlarının hayatımızdaki etkisinin hızla arttığı, bunun bir uzantısı olarak da yoğun şekilde enformasyon bombardımanına tutulduğumuz bir çağdayız. Elbette bu durum sadece yetişkinler için değil çocuklar için de geçerlidir. Çocukların medya araçları ile tanışmalarının anne karnına dek uzandığı düşünüldüğünde medyanın çocuklar üzerindeki hegemonik etkisi kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Henüz doğmadan annelerinin cep telefonundan ninni dinlemeye başlayan çocuklar, dünyaya gözlerini açmaları ile birlikte cep telefonları ile yakınlık derecelerini arttırarak onunla oynamakta ve uykuya dalmaktadırlar. Reklamları izleyerek sorunsuz bir şekilde mamalarını yiyen, ağladıklarında televizyondaki eğlenceli görüntüler ile sakinleştirilen, ilk karalamalarını tablet üzerinde yapan ve çizgi film kanallarına emanet edilen çocuklar, ilerleyen yaşlarda da başta televizyon olmak üzere medya araçları ile olan bağlarını giderek güçlendirme eğilimi göstermektedirler. Bu da çocuk ve medya arasındaki ilişkinin irdelenmesini gerekli hale getirmektedir. İlgili literatür tarandığında bu konuya ilişkin çok sayıda araştırma karşımıza çıkmaktadır. Fakat bu araştırmaların önemli bir kısmı ‘medyanın çocuklara ne yaptığı’ sorusu ile hareket ederek medyanın çocuk üzerindeki olumlu ya da olumsuz etkilerini ortaya koymaktadır. Şüphesiz medyanın çocukları ne şekilde etkilediği önemli bir araştırma konusudur. Ancak ‘çocukların medya ile ne yaptığı’ da üzerinde durulması ve irdelenmesi gereken bir diğer önemli konu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu çalışmanın ana sorunsalını çocukların nasıl bir medya algısına sahip olduğu oluşturmaktadır. Bu anlamda çalışmada, çocukların medya denilince akıllarına gelen temsillerin, onların medya ile ne yaptığı noktasında önemli ipuçları vereceği görüşünden hareket edilmiştir.

Medya Kavramına Genel Bir Bakış

Bilgilendirme, eğitme, tanıtma ve eğlendirme gibi işlevlere sahip olan yazılı, görsel ve işitsel araçların tümü medya olarak adlandırılmaktadır. Hayatın vazgeçilmez bir parçası haline gelen medya, her yaştan birey için önemli bir iletişim ortamı sağlamaktadır.

Bilindiği gibi medya araçları sayesinde herhangi bir ileti oldukça kısa bir sürede geniş kitlelere ulaşmaktadır. Bu nedenle insanlar, bilgilenmek eş deyişle enformasyon sağlamak

için medyadan en üst düzeyde faydalanmaktadır (İlgaz Büyükbaykal, 2005, s.71). Bazı araştırmacılara göre medya, toplumdaki bireylerin eğitim ile ilgili eşitsizliklerden, sosyal ve ekonomik farklılıklardan doğan bilgi eksikliklerini/açıklarını gidermede son derece etkindir (Arslan, 2004: 4). Meyrowitz, medyanın farklı sosyal durumları ortak bir alanda topladığını ifade ederken benzer bir noktaya dikkat çekmektedir. Meyrowitz'e göre (Akt: Laughey, 2010, s.33-34), okuryazarlık gerektirmeyen radyo ve televizyon gibi medya araçları, sosyal mekânların sınırlarını geçiren kılımlardır. Bu da farklı sosyal mekânların bireylerini, aynı medya aracının tüketicisi konumuna getirmektedir. Bu bağlamda elektronik medya sosyo-ekonomik, etnik ve diğer farklılıkları mutlak bir şekilde ortadan kaldırmaktadır. Fakat bu araçların tüm geçirgenliğine ve bireyleri eşitleyici imkânlarına rağmen yazılı medya araçları için bunu söylemek çok mümkün değildir. Çünkü yazılı medya, her şeyden önce okuryazar olmayı gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla yazılı medya, elektronik medyanın aksine insanları kültürel açıdan belli bir süzgeçten geçirmektedir. Ancak belirtmek gerekir ki elektronik ve yazılı medya arasındaki bu ayrım, medyanın birleştirici gücünü ve insanların günlük yaşamları üzerindeki etkisini elbette ortadan kaldırmamaktadır.

Görüldüğü gibi Meyrowitz, medya araçlarını geçirgenlik durumlarına göre ayırtmıştır. Medya araçlarına ilişkin iletişim literatüründe yer alan bir başka ayrım ise McLuhan tarafından ortaya konmuştur. McLuhan (1994, s.22-32) medyayı 'sıcak' (hot) ve 'soğuk' (cold) olarak iki şekilde ele almaktadır. Medya araçlarının sıcak ve soğuk olarak kategorilendirilmesindeki belirleyici etken, aracın temel duylardan kaçına hitap ettiği'dir. Eğer söz konusu araç tek bir duyu aracılığı ile algılanmaya yönelik ise sıcak olarak değerlendirilmektedir. Birden fazla duyuya hitap eden araçlar ise soğuk medya araçları olarak nitelendirilmektedir. Bu durumda radyo sıcak; televizyon ise soğuk bir medya aracı olarak karşımıza çıkmaktadır. Sıcak medya enformasyon açısından zengindir ve alıcı kitleden alt düzeyde bir duysal katılım gerektirmektedir. Öte yandan soğuk medya daha az enformasyon sağlamakta; bu nedenle birden fazla duysal katılımı ve eksik noktaların alıcı kitle tarafından tamamlanmasını gerekli kılmaktadır. Erdoğan ve Alemdar'a göre (2010, s.153) göre ise ister soğuk ister sıcak olsun, her tür araçta bireyler kendince bazı eklemeler yapmakta ve duysal katılmayı içeriğin bağlamına göre gerçekleştirmektedirler.

Genel kaniya göre, bir sosyalizasyon ajanı olan medya, sosyo-kültürel pratiklerin bireylere aktarılmasında ve yaygınlık kazanmasında aktif bir rol üstlenmektedir. Bu anlamda medya bireylerin kanaatleri, tutumları, duygu ve davranışları üzerinde belirli bir etki gücüne sahiptir (Arslan, 2004, s.4). İşte bu noktada yeni bir ayrım gündeme gelmektedir. Bu ayrım medyanın bireyler üzerindeki etki düzeyine ilişkindir.

Medya araçlarının bireyler üzerindeki etkileri her zaman merak konusu olmuş ve bu doğrultuda birçok teori geliştirilmiştir. Fakat medyanın etkilerini ortaya koymak adına farklı dönemlerde geliştirilen bu teoriler ortak bir paydada buluşamamıştır.

Medya araçlarının sınırlı şekilde insanların hayatında yer edinmeye başladığı ilk dönemlerde teorisyenler, medyanın kitlelerin düşüncelerini ve inançlarını değiştirebilecek bir güce sahip olduğunu savunmuşlardır. ‘*Güçlü Etkiler Dönemi*’ olarak adlandırılan bu dönemde alıcı kitlenin son derece pasif olduğu ve medya tarafından gönderilen iletileri olduğu gibi alımladığı görüşü hâkim olmuştur. Adeta insanların deri altına şırınga ile enjekte edilen bir ilaç gibi medyanın da iletileri bireylerin zihnine enjekte ettiği savı bu dönemde oldukça ilgi görmüştür.¹ Güçlü etkilere yönelik yürütülen çalışmaların ardından 1940’lı yıllarda medyanın kitleler üzerinde büyük etkilere sahip olduğu görüşü terk edilerek ‘*Sınırlı Etkiler Dönemi*’ olarak adlandırılan döneme geçilmiştir. Bu dönemde geliştirilen teoriler, kitlelerin karar verme sürecinde ve kanaatlerinin oluşumunda bireysel ilişkilerin medya araçlarına göre daha etkili olduğu görüşünü ortaya koymuştur.² 1960’lı yıllarda ise medyanın kitleler üzerinde sınırlı bir etkiye sahip olduğu anlayışı, yerini yeniden medyanın güçlü bir etkiye sahip olduğu yaklaşımına bırakmıştır. 1970’li yıllarda, medya araçlarının etkilerine yönelik ileri sürülen teoriler³, medyanın fikir, tutum ve davranışlar üzerinde uzun vadeli etkilere sebep olduğu yönündeki görüşün ağırlık kazanmasını sağlamıştır (Yaylagül, 2010, s.49; McQuail ve Windahl 1997, s.20).

Günümüze gelindiğinde ise medyanın etkilerine dönük net bir fikir yürütmek mümkün gözükmemektedir. Çünkü bu dönemde bireyler hiçbir zaman olmadığı kadar medyanın kuşatıcılığı altındadır. Bu nedenle medyanın etkilerine son derece açık hale gelmektedirler. Fakat diğer yandan bireyler her türlü medya aracına ulaşma ve bir kanaldan aldıkları iletileri başka bir kanaldan teyit etme ya da başka iletilerle karşılaştırma imkânına da sahiptirler. Dolayısıyla içinde bulunduğumuz dönemde kişi medya tarafından gönderilen iletileri, Hall’ün (2003) kuramından hareketle baskın-hegemonik; müzakereli ya da muhalif şekilde okuyabilme olanağı bulmakta; medyadan ne şekilde etkileneceğini kendisi belirleyebilmektedir diyebiliriz. Ama şunu ifade etmek gerekir ki kişi, dilediği mesajı kabul etme, dilediği mesajı sorgulama ya da reddetme şansına belirli bir yaş ya da eğitim düzeyinden sonra sahip olmaktadır. Dolayısıyla medyanın çocukları etkisi altına alması,

¹ Harold D. Laswell’in, Walter Lipman’ın “Kamuoyu” (Public Opinion) isimli kitabından etkilenecek geliştirdiği ‘hipodermik iğne modeli’ bu dönemin kuramcılarının medyaya ve alıcı kitleye bakışını ortaya koyması açısından önemlidir.

² Bu dönemde Lazarsfeld ve arkadaşları tarafından geliştirilen ‘İki Aşamalı Akış Kuramı’ medyanın etkisini sınırlayan bir özelliğe sahip olması açısından dikkate değerdir.

³ ‘Gündem belirleme’, ‘Suskunluk sarmalı’ vb.

yetişkinlere göre çok daha kolaydır. Bu nedenle çocuk ve medya arasındaki ilişki düzeyinin sorgulanması ve üzerinde düşünülmesi gerekmektedir.

Çocuk ve Medya

Hızla gelişen teknoloji olanakları sayesinde medya araçları ile iç içe bir hayat sürmekteyiz. Bu da günlük yaşamımızda her an bir medya iletisi ile karşılaşacağımız anlamına gelmektedir. Bütüncül olarak ele alındığında bu iletilerin önemli bir bölümü en etkin ve en yaygın kültür üretme aracı olan televizyon aracılığı ile edinilmektedir (İlgaz Büyükbaykal, 2005, s.74). Bu anlamda televizyon bireylerin hayatında önemli bir yer tutmaktadır.

Özellikle altını çizmek gerekir ki televizyon, yalnızca yetişkinler için değil çocuklar için de öncelikli konumdadır. Bilindiği üzere televizyon çok küçük yaşlardan itibaren çocukların hayatına girmektedir. Bu yanıla diğer medya araçlarından ayrılmaktadır. Nitekim henüz yürüyemeyecek ya da konuşamayacak kadar küçük yaştaki çocuklar bile televizyon yayınlarına birtakım tepkiler vermektedirler. Dolayısıyla çocukların televizyon ile ilişkisi hayatlarının ilk dönemine yani bebekliklerine dek uzanmaktadır. İlerleyen süreçte ise bu ilişki güçlenerek devam etmektedir. 3 yaşına gelinceye kadar televizyon izlemeyi alışkanlık haline getiren çocuklar, 4 yaşından itibaren izledikleri içerikleri anlamlandırmaya başlamakta; 7 yaşından sonra ise anlamlandırma aşaması ciddi ölçüde gelişme göstermektedir. Bilişsel olgunluğa erişilen 12 yaş ve sonrası dönemde ise muhakeme becerilerinin de gelişmesiyle birlikte çocuklar izledikleri içeriklerdeki doğru ve yanlış ayırt etmeye başlamaktadırlar (Potter'den Akt: Kutoğlu, 2011, s.102-104).

Çocuklar erken çocukluk döneminin (3-6 yaş) sonlarına doğru televizyon dışındaki medya araçlarına da yönelmektedirler. Bu araçların başında ise bilgisayar gelmektedir. Çocukların artık oyun oynama pratiklerini sokakta değil de bilgisayarda kazandığı düşünüldüğünde bilgisayarların çocuklar için neden bu denli önemli olduğu kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Okuryazar düzeyindeki çocuklar ise kitap okumak için bile bilgisayarlarını tercih etmektedirler (Ertürk, 2011, s.63). Bu durum bir medya aracı olan kitabın başka bir medya aracı ile ikamesini ortaya koyması açısından önemli bir örnek olarak görülebilir.

Öte yandan televizyon ve bilgisayar, çocukların hayatında ikamesiz olarak yer almaktadır. Bu da çocuğun dünyayı ekranlar ile sınırlandırarak algılaması sonucunu doğurmaktadır. Bu anlamda televizyon ve bilgisayar başta olmak üzere çocukların etkileşim içinde olduğu medya araçları onların kognitif ve psiko-sosyal gelişimlerini büyük ölçüde etkilemektedir. Yapılan birçok araştırma televizyon ya da bilgisayar ile fazla zaman

geçirmenin, gelişim sürecinde çocukları olumsuz şekilde etkilediğini ortaya koymaktadır. Televizyonun etkilerine yönelik gerçekleştirilen araştırmalara göre, televizyona bağımlı hale gelen çocuklarda uyku ve konuşma bozukluğu, kurgu ile gerçeğin ayırtına varamama, kaygı düzeyinin yükselmesi, agresif davranışlar gösterme eğilimi, başkalarının acısına karşı duyarsızlaşma, konsantrasyon güçlüğü gibi negatif durumlar gözlenmektedir (Çamlıbel İrkin, 2012, s.41; Lemish ve Kolucki, 2013, s.18; Ertürk, 2011, s.56). Bunun yanında bazı çalışmalar çok fazla televizyon izleyen çocukların ev dışında daha az vakit geçirdiklerini dolayısıyla asosyal bir eğilim içinde olduklarını ve arkadaşlarıyla daha az oynadıklarını ortaya koymaktadır. Bazı çalışmalarda ise fazla televizyon izleyen çocukların, az televizyon izleyenlere göre okul başarılarının daha düşük olduğu saptanmıştır (Postman ve Powers, 1992, s.118).

Zamanının önemli bir bölümünü bilgisayarda oyun oynayarak geçiren çocuklarda ise dijital dünyanın doğasına bağlı olarak karşısındakine herhangi bir karşılık verememe, üzüntü ya da sevinci paylaşamama, dokunamama, karşısındakiyle direkt konuşamama gibi iletişim sorunları gündeme gelmektedir. Dijital dünyanın kuşatıcılığı altındaki çocuk geleneksel oyun pratiğinden mahrum kalmakta; çevresine ve topluma ‘temastan’ yoksun bir şekilde bırakılmaktadır (Uğurlu, 2014, s.53-54). Bu da çocukları pasifize etmekte ve geleceğin asosyal bireyleri için gerekli olan zemini hazırlamaktadır. Bunlara ek olarak televizyon seyretmenin, bilgisayar ve benzeri ortamlarda oyun oynamanın bir diğer olumsuz etkisi de çocukları hayal gücünden yoksun bırakmasıdır. Çünkü bu tür medya ortamlarında hayaller de kurgulanmış; eş deyişle paketlenmiş olarak çocuklara sunulmaktadır (Ertürk, 2011, s.63). Bu da çocukların düşünme kapasitelerini ciddi ölçüde sınırlandırmaktadır. Bu şekilde düşünce yetisi sığılaşan çocuklar gerek sözlü gerekse yazılı olarak kendilerini yeterince ifade edememe sorunu ile karşı karşıya kalmaktadırlar.

Görüldüğü gibi medya araçları ile fazla etkileşim içinde olmanın olumsuzluklarına yönelik çok sayıda bulgu söz konusudur. Öte yandan literatürde sınırlı sayıda olmakla birlikte medyanın çocuklar üzerinde olumlu etkilerinin olduğunu öne süren araştırmalar da mevcuttur. Bu araştırmaların büyük bölümü çocukların en çok etkileşimde bulunduğu medya aracı olması sebebiyle televizyon üzerinde yoğunlaşmıştır. Linebarger ve Walker (2005) çocuklar üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada ‘Arthur’, ‘Clifford’, ve ‘Dragon Tales’ gibi güçlü bir anlatı yapısına ve çekici görsellere sahip eğitici programların dil üretimine katkı sağladığını ve çocukların bu programlar aracılığıyla yeni kelime ve kavramlar öğrendiklerini bulgulamışlardır. D.G. Singer ve J.L. Singer tarafından okul öncesi çocuklar üzerinde yürütülen bir araştırmada ise ‘Barney ve Arkadaşları’, ‘Susam Sokağı’ ve ‘Mister Rogers’

Neighborhood gibi eğitici programların çocukların kognitif, sosyal ve dil gelişimlerine olumlu etkide bulunduğu saptanmıştır (Çamlıbel İrkin, 2012, s.42). Dolayısıyla çocukların gelişim süreçleri dikkate alınarak hazırlanan eğitici programlar, çocukları olumlu şekilde etkileyebilmektedir. Bu da medyanın çocuk üzerinde olumlu ya da olumsuz etki bırakmasında takip edilen içeriğin belirleyici olduğunu ortaya koymaktadır.

Araştırmanın Amacı

Bu çalışma Nevşehir merkezde yer alan Özel Altınyıldız Koleji ve Güzelyurt Turgut Akdevelioğlu İlkokulu öğrencileri üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çalışmada çocukların medya algısını ölçmek amaçlanmıştır. Bu nedenle çocuklara ‘*medya nedir?*’ sorusu yöneltilmiş ve resim aracılığıyla bu soruyu cevaplamaları istenmiştir. Çalışma, 8-9 yaş grubundaki ilkokul üçüncü sınıf öğrencisi 68 çocuk üzerinde gerçekleştirilmiştir. Çocuk resminin gelişim aşamaları arasında ‘*şematik dönem*’ içerisinde yer alan bu yaş grubu, çalışma için özellikle tercih edilmiştir. Bu dönemdeki çocuklar artık kendine özgü bir bakış açısı kazanmaya başlamışlardır. Bu bağlamda çocuğun bir şeyi nasıl gördüğü; o şeye verdiği duygusal anlam ve o şeye ilişkin deneyimleri şemanın oluşumunu belirlemektedir. Çocuk, artık resimlerinde yalnızca kendisi ile olan ilişkilerini değil, başkalarının birbiri ile olan mantıksal ilişkilerini de ele almaktadır (Yavuzer, 2013, s.55-62). Bu anlamda çalışmada çocukların medyaya yönelik çizdikleri resimlerin medyaya ilişkin deneyimleri ve medyaya yükledikleri anlam ile bağlantılı olduğu varsayımından hareket edilmiştir.

Araştırmanın Yöntemi

Bu çalışmada çocukların medyaya ilişkin algıları, çizdikleri resimler üzerinden analiz edilmiştir. Resim, psiko-pedagojik açıdan çocuğu tanıtmaya yarayan bir ölçüt olmanın yanında, onun zekâsı, kişiliği ve çevre ile olan ilişkilerini de yansıtan bir ifade aracıdır (Yavuzer, 2013, s.12). Dolayısıyla resim, çocuklar ile iletişim kurmada önemli bir rol üstlenmektedir. Bu nedenle çalışmada resim tekniğinin çocukların iç dünyalarını sözcüklere kıyasla daha iyi yansıtacağı düşünülmüştür.⁴ Resimlerin çözümlenmesi aşamasında içerik analizi yöntemi kullanılmıştır.

Verilerin analizi sürecinde Dey’in (1993, s.31) öne sürdüğü yöntem izlenmiştir. Dey, veri analiz sürecini ‘betimleme’, ‘sınıflandırma’ ve ‘ilişkilendirme’ olarak 3 aşamada ele almaktadır. Çalışma da bu doğrultuda yürütülmüştür. Öncelikle çocukların çizdiği tüm

⁴ Resim tekniği çocukların iç dünyalarına ilişkin önemli ipuçları vermesine rağmen, Türkiye’de çocuklara dönük gerçekleştirilen iletişim çalışmalarında bu teknik oldukça sınırlı şekilde kullanılmaktadır. N. Rigel’in 1995 ve 1999 yıllarında yaptığı “Child in the News Network” adlı 2 araştırma; T. Şeker ve R. Sine’nin 2012 yılında yürüttükleri “Çocuk Zihnindeki Haber Resmi” adlı araştırma çocukların habere ilişkin algılarını ölçmek için resim tekniğinden yararlanan sınırlı sayıdaki çalışmalara örnek gösterilebilir.

resimler bir araya getirilmiş ve ayrıntılı olarak incelenmiştir. Resimler, içerikleri dikkate alınarak tasnif edilmiştir. Çocukların yoğunluklu olarak hangi konular üzerinde durdukları, hangi medya araçlarını ne sıklıkla çizdikleri, araçların ne gibi içeriklere sahip oldukları not edilmiştir. Bu şekilde resimlerde gözlenen nesne ve olguların gerekçeleri üzerinde ayrıntılı olarak durulmuştur. Analizin ikinci aşamasında veriler, kavramsal olarak kodlanmış ve temalara ayrılmıştır. Verilerin sistematik bir şekilde sınıflandırılması ile analizin temel başlıkları belirlenmiştir. Analizin son aşamasında ise temalar birbiri ile karşılaştırılmış ve ilişkilendirilmiş; elde edilen bulgular tanımlanmış ve anlamlandırılmaya çalışılmıştır.

Araştırma Bulguları ve Yorum

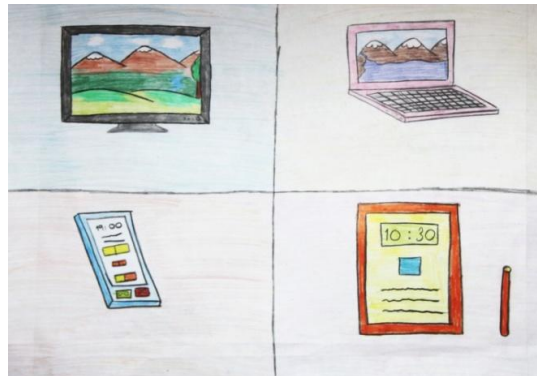
Çocukların medyaya ilişkin algılarını ölçmek ve medya kavramının onlardaki karşılığını anlamak amacı ile gerçekleştirilen bu çalışmada “*medya nedir?*” sorusuna resimler aracılığıyla cevap aranmıştır. Resimlerde işlenmesi istenen tema, ‘medya’ başlığı ile çok genel bir şekilde belirlenmiş olup araştırmaya katılan çocuklar ne çizecekleri konusunda yönlendirilmemiştir. Çocuklar boya kalem ya da kurşun kalem kullanma noktasında da serbest bırakılmış, kendilerini nasıl rahat ifade edebiliyorlarsa o şekilde davranmalarını istenmiştir.

68 çocuğun katıldığı çalışmada medya ile alakalı olarak 68 resim elde edilmiştir. Dolayısıyla çizilen resimlerin tümü çocuklar tarafından bir şekilde medya ile ilişkilendirilmiştir. İçerik analizine tabi tutulan resimler ‘medya aracına’ göre, ‘medya içeriklerine’ göre ve ‘medyanın kullanım amacına’ göre olmak üzere 3 kategoride ele alınmıştır.

Resimlerin Medya Aracına Göre Değerlendirilmesi

Çocukların medyaya yönelik çizdikleri resimler, öncelikli olarak araç bazında değerlendirilmiştir. Resimler, bu sınıflamada 5 kategoriye ayrılmıştır.

Resim 1.



Çocukların önemli bir bölümü aynı resimde birden çok medya aracına yer vermiştir. Yalnızca bir medya aracının bulunduğu resimler arasında en çok çizilen televizyon; en az çizilenler ise gazete ve cep telefonu olmuştur.

Tablo 1. Resimlerde yer alan medya araçlarının sayısal verileri

Medya Aracı	Sayı	Yüzde (%)
Birden çok (televizyon, bilgisayar, gazete, kitap vs.)	31	45,5
Televizyon	22	32,3
Bilgisayar/Tablet	6	8,8
Radyo	6	8,8
Diğer (gazete, cep telefonu)	3	4,4

Tablo 1’de görüldüğü gibi çocukların yüzde 45,5’i medyanın genel tanımını karşılayacak resimler çizerek yazılı, işitsel ve görsel araçlara aynı resimde yer vermiştir. Bu da çocukların medya kavramına kapsamlı bir biçimde yaklaştıklarını göstermektedir. Çocukların yüzde 32,3’ü medyayı televizyonla; yüzde 8,8’i bilgisayar ve tabletle; yine yüzde 8,8’i radyoyla; yüzde 4,4’ü ise gazete ve cep telefonu ile ilişkilendirmiş ve bu araçları medyanın metonimik bir görünümü olarak tek başına resmetmiştir. Bu oranlar çocukların en fazla zaman geçirdiği medya araçları hakkında da önemli ipuçları vermektedir. Bu veriler ışığında denilebilir ki çocukların en çok kullandığı medya araçlarının başında televizyon gelmektedir. Yine söz konusu verilere göre bu yaş aralığındaki (8-9) çocuklar gazete ya da dergi okumamaktadır. Çocukların önemli bir bölümü, kitabı ve cep telefonunu bir medya aracı olarak görmemektedir.

Resimlerin Medya İçeriklerine Göre Değerlendirilmesi

Birden çok medya aracını resmeden çocukların büyük bölümünün medyaya yönelik nötr bir tutum takındıkları gözlenmiştir. Söz konusu resimlerde medya araçları biçimsel olarak resmedilmiş fakat içeriklerine ilişkin hiçbir şey çizilmemiştir. Bu nedenle resimlerin içerik olarak değerlendirilmesi sürecinde en fazla veri, sadece bir medya aracının resmedildiği çizimlerden elde edilmiştir.

Medyanın televizyon ile temsil edildiği tüm resimlerde araç ile birlikte farklı içerikler de yer almıştır. Bu içeriklerin bazıları bizzat televizyon ekranının içine yerleştirilmiş bazıları ise salt televizyona ait bir içerik olduğunu belli eden görsel ve sözel göstergelerle desteklenmiştir. Televizyon yayınlarına dönük yapılan resimlerin yüzde 72,7’si haber; yüzde

18,2'si spor/magazin/yarışma programı; yüzde 9,1'i ise dizi ve film içeriklerinden oluşmaktadır.

Resim 2.



Yüzdelik oranlarına bakıldığında çocukların televizyon içeriklerine ilişkin çizdikleri resimlerin haberlerde yoğunlaştığı dikkat çekmektedir. Haberlerin içeriklerini ise genellikle *trafik kazası*, *yaralama*, *gasp* ve *yangın* gibi olumsuz olaylar oluşturmaktadır. Bu da çocukların olumsuz içerikteki televizyon haberlerinden oldukça etkilendiklerini ortaya koymaktadır. Günümüzde televizyon haberlerinin bu denli ulaşılır olması çocukların yetişkin yaşamındaki sırlara vakıf olması sorununu da beraberinde getirmektedir. Öyle ki televizyon, şiddet eğilimleri de dahil olmak üzere birçok şeyi olduğu gibi gözler önüne sermekte ve çocuklar da televizyon haberlerinin açığa vurduğu her şeyi görmektedirler. Bu bağlamda televizyon, çocukları binlerce olumsuz görüntünün edilgen alıcısı haline getirmektedir. İzledikleri olumsuz görüntüler ise çocukların beynine işlenmekte, zihinlerinde kalıcı izler bırakmaktadır. Birçok teorisyene göre bu, çocukların gelişimi açısından tehlikeli olarak değerlendirilmesi gereken bir durumdur. Fakat bazı teorisyenler ise televizyon haberlerinin çocukları hayatın neye benzediğine ilişkin bilgilendirmesi noktasında gerçekçi bir rol üstlendiğini; bunun da çocukları hayata hazırladığını savunmaktadır (Postman ve Powers, 1992, s.119; Sanders, 2010, s.46).

Çocukların yüzde 18,1'i televizyon içeriği olarak spor, magazin ve yarışma programlarını resmetmiştir. Bu dilimde yer alan bazı çocukların zaman geçirmek için televizyonda genellikle bu yayınları izlemeyi tercih ettikleri söylenebilir. Bununla birlikte bazı resimlerde bu programların eleştirildiği de gözlenmiştir. Bu yayınlara yönelik en belirgin eleştiriler ise eğlence içeriklerinin yanına ölüm tehlikesi anlamını taşıyan kuru kafa imgeleri çizilerek yapılmıştır. Bu bağlamda bazı çocuklar çizdikleri resimler aracılığı ile mesaj vermek istemiş ve eğlence programlarının olumsuzluklarına dikkat çekmiştir.

Çocukların yüzde 9'su ise televizyonu dizi ve filmlerle ilişkilendirmiştir. Bu içerikteki bazı resimlerde akıllı işaretlerin (+13 ve +3) ve birtakım şiddet imlerinin (silah, çatışma vs.) kullanıldığı gözlenmiştir.

Gerek televizyon haberleri gerekse dizi ve filmlere yönelik yapılan resimlerdeki şiddet öğeleri dikkate alındığında Sanders'in (2010, s.48), günde ortalama 2 ilâ 4 saat arası televizyon izleyen bir çocuğun ilkokulu bitirdiğinde 8 binden fazla cinayete tanık olmuş olacağı tespiti önem kazanmaktadır. Bu nedenle çocuklar bilinçli bir medya okuryazarı olmak için yönlendirilmeli ve teşvik edilmelidir.

Medyanın sadece bilgisayar ile temsil edildiği resimlerin yanında bilgisayarın diğer medya araçlarıyla (gazete ve kitapla) karşılaştırıldığı bazı resimlerde de aracın içeriğine ilişkin veriler elde edilmiştir. Resimlerinde bilgisayarın içeriğini belirten çocukların yüzde 62,5'i bilgisayarı araştırma yapmak için kullandıklarını gösteren görsel ve yazılı göstergelere yer vermiştir. Bu noktada bilgisayarın içeriği internet aracılığı ile anlatılmaya çalışılmıştır. İnternet temasından yola çıkan çocukların yüzde 75'i ise bizzat arama motoru 'google'ı resmetmiştir.

Resimlerden toplanan verilerde çocukların bilgisayarı dolayısıyla da interneti genel olarak araştırma amaçlı kullandıkları bulgulanmıştır. Bu olumlu değerlendirilebilecek bir durumdur. Fakat öte yandan bu durum çocukların internetin bilinçli kullanımına yönelik bir beceri kazanmış olmalarını da gerekli kılmaktadır.

Gazete ve kitap gibi medya araçlarına yer verilen resimlerde ise bu araçların içeriğine ilişkin herhangi bir bulgu elde edilememiştir.

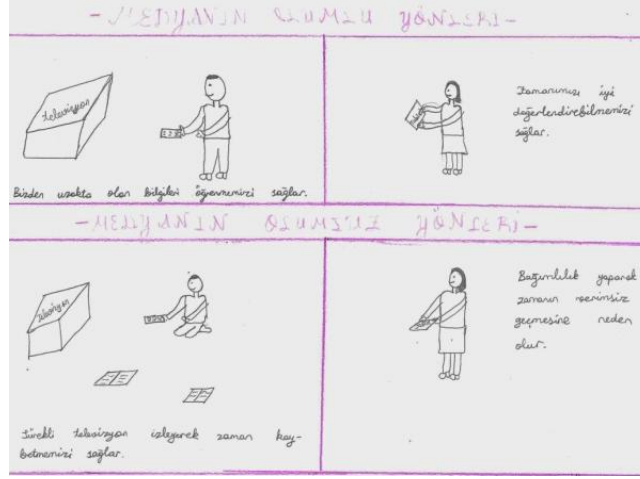
Resimlerin Medyanın Kullanım Amacına Göre Değerlendirilmesi

İletişim literatüründe medyanın çocuklar üzerindeki etkilerine ilişkin bir uzlaşma sağlanamamışsa da yapılan araştırmaların çoğunun daha çok olumsuz etkiler üzerinde durduğunu söylemek mümkündür. Şüphesiz medyanın etkileri onun kullanım amacı ile paralellik göstermektedir. Bu noktada çalışmada ele alınan resimler önemli ipuçları vermiştir.

Araştırma kapsamında görüşülen çocukların yüzde 27'si resim temalarını medyanın kullanım amacına göre belirlemiştir. Bu dilimdeki resimlerin yüzde 42'sinde medyanın hem olumlu hem de olumsuz yönlerine değinilmektedir. Söz konusu resimlerin televizyon, bilgisayar ve tablet üzerinde yoğunluk kazandığı görülmektedir. Medya araçlarının olumlu ve olumsuz yönlerinin yer aldığı çizimlerde iki konu üzerinde durulmaktadır. Çocukların çoğunluğu medyanın en önemli özelliğinin 'bilgi vermek/haberdar etmek' olduğu noktasında aynı görüşü paylaşmış ve bunu medyanın olumlu yönü olarak değerlendirmiştir. Çocukların geneline göre medyanın olumsuz yönleri ise bağımlılık yapması ve vakit kaybına neden

olmasıdır. Medyanın her iki özelliğine dikkat çekmeye çalışılan resimlerde, çocuklar görüşlerini çizimlerle olduğu gibi çizimlerini destekleyecek yazılarla da ifade etmeye çalışmışlardır. Resimlerde yer alan görsel ve sözel göstergelerden bazıları şu şekildedir:

Resim 3.



Birinci örnekte resim sayfası *medyanın olumlu ve olumsuz yönleri* olarak ikiye ayrılmıştır. İlk bölümde medyanın olumlu özelliklerinden söz edilmektedir.

Televizyon izleyen bir çocuk figürü: “*Bizden uzakta olan bilgileri öğrenmemizi sağlar.*”

Tablet kullanan bir çocuk figürü: “*Zamanımızı iyi değerlendirmemizi sağlar.*”

İkinci bölümde ise bu kez medyanın olumsuz yönleri ele alınmaktadır.

Televizyon izleyen çocuk figürü: “*Sürekli televizyon izleyerek zaman kaybetmemizi sağlar.*”

Tablet kullanan çocuk figürü: “*Bağımlılık yaparak zamanın verimsiz geçmesine neden olur.*”

Resim 4.



Bir başka örnek resimde odalarında televizyon ve radyonun yer aldığı iki çocuğun ellerinde bir kitap ile sandalyede oturduğu görülmektedir. Çocuklardan biri medyanın iyi bir şey olduğunu düşünmekte ve bunun gerekçesini belirtmektedir. Diğer çocuk ise medyanın kötü bir şey olduğunu ifade etmekte fakat gerekçesini açıkça dile getirmemektedir.

Birinci çocuğun görüşü: “Bence medya harika. Çünkü dünyada olan şeyleri bize haber veriyor.”

İkinci çocuğun görüşü: “Bence medya çok kötü ama herkes medyayı duyuyor, görüyor, okuyor...”

Resim 5.

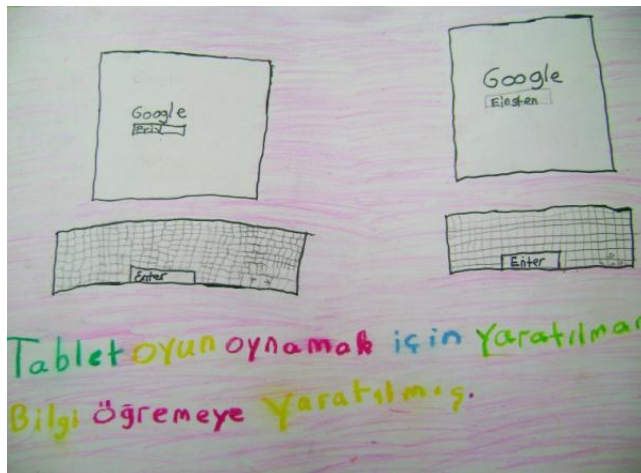


Yukarıda yer alan örnekte medya, gazete ile temsil edilmektedir. Resimde gazete bayisine giden iki çocuk kendi aralarında konuşmaktadır. Çocuklardan biri gazetenin iyi bir medya aracı olduğunu düşünürken diğeri onunla aynı görüşte değildir. Fakat ikinci çocuğun gazeteye ilişkin olumsuz kanaatleri genel bir medya eleştirisi olmaktan uzak olup; gazetenin biçimsel özellikleri ile ilgilidir.

Birinci çocuğun görüşü: “Gazete ne kadar güzel. Bize bilgiler öğretir. Ben 10 tane alacağım.”

İkinci çocuğun görüşü: “Bence gazete çok kötü, küçük yazıları var.”

Resim 6.



Bu konuya ilişkin son örnek resimde ise açık olan iki bilgisayar ekranı bulunmaktadır. Her ikisinde de ‘google’ arama motorunun sayfası görülmekte olup; birinde bir oyuna

diğerinde ise ‘Einstein’a ilişkin arama yapıldığı resmedilmektedir. Resmin en altında ise bir not bulunmaktadır, “*Tablet oyun oynamak için yaratılmamıştır; bilgi öğrenmeye [öğrenmek için] yaratılmış [tır].*” Bu noktada tıpkı diğer resimlerde olduğu gibi eğer internet (televizyon ya da diğer medya araçları) araştırma yapmak için kullanılıyor ise iyi; oyun oynamak (vakit öldürmek) için kullanılıyor ise kötü bir şeydir şeklindeki mesajı barındırarak medyanın her iki özelliğine de vurgu yapılmaktadır.

Medyanın kullanım amacına göre ele alındığı resimlerin yüzde 37’sinde sadece olumsuz etkilere değinildiği gözlenmiştir. Bu resimler literatürdeki birçok araştırma sonucu ile paralellik göstermektedir. Resimlerde özellikle televizyonun olumsuzluklarına yoğunlaşıldığı gözlenmiştir. Televizyona ilişkin çizilen resimlerde daha çok televizyonun kognitif beceriler üzerindeki yıkıcı etkileri üzerinde durulmuştur. Çocuklar televizyonun ‘beyin yıkama aracı olduğunu’, ‘insanları hipnotize ettiğini’, ‘vaktin verimli geçirilmesine engel olduğunu’ anlatan resimler yapmışlardır. Benzer şekilde bilgisayarın ya da tabletin de zaman kaybına yol açtığına dönük çizimler yapılmıştır. Bunlardan farklı olarak cep telefonu ile medyanın temsil edildiği bir resimde ise telefonun radyasyon yaydığına dikkat çekilerek, aracın sağlık açısından olumsuz etkilerine değinilmiştir. Televizyon, telefon ve bilgisayar gibi birden fazla medya aracının yer aldığı resimlerde ise genel olarak medya araçlarının sosyalleşmeyi engellediğini; çocukların dışarıda oynamak yerine evlere kapandığını gösteren resimler çizilmiştir.

Medyanın olumlu özelliklerinin vurgulandığı resimlerin oranı ise yüzde 21’dir. Bu dilimde yer alan resimlerde medyanın bilgilendirme, haber verme ve araştırma imkânı sunması gibi olumlu özellikleri öne çıkarılmıştır.

Sonuç

Günümüzde medya araçları hayatımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bu nedenle hem yetişkinler hem de çocuklar medya içeriklerinin aktif birer tüketicisidir. Elbette yetişkinlerin ve çocukların medyaya ilişkin algıları ve ondan etkilenme düzeyleri farklılık göstermektedir. Çocukların yetişkinlere oranla medya içeriklerini bilinçsizce tükettikleri göz önüne alındığında söz konusu içeriklerin olumsuzlukları karşısında onların çok daha savunmasız oldukları da kendiliğinden ortaya çıkmaktadır. Bu durumda çocukların en çok kullandıkları medya araçları arasında yer alan televizyon ve bilgisayar başta olmak üzere medya araçlarının kullanımına ilişkin bilinçlendirilmeleri gerekmektedir. Bu anlamda medya okuryazarlığının önemine dikkat çekmek yerinde olacaktır. Medya okuryazarlığı genel itibarıyla her türlü medya aracındaki mesajlara ulaşma, bunları analiz etme, değerlendirme ve yeni mesajlar üretebilme yeteneğine sahip olmaktır. Çocuğun bu becerileri kazanmasından

önce ise çocuklarda var olan medya algısının ölçülmesi gerekir. Bu nedenle çalışmanın çıkış noktasını çocukların medya algısı oluşturmuştur. Çalışmada çocukların medya hakkında ne bildikleri ve ne düşündükleri resimler aracılığı ile ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu şekilde çocuklar için hangi medya araçlarının kolay ulaşılır olduğu, o araçlardaki içerikleri analiz etme ve değerlendirme noktasında hangi düzeyde olduklarını saptamak amaçlanmıştır.

Nevşehir ili kapsamında yapılan bu çalışma, 68 çocuk üzerinde gerçekleştirilmiştir. İçerik analizi yönteminin uygulandığı çalışmada resimler, 'medya aracına', 'medya içeriklerine' ve 'medya araçlarının kullanım amacına' göre olmak üzere 3 kategoride ele alınmıştır.

Resimler öncelikle medya aracı bazında sınıflandırılmış ve bu sayede çocuklar için en ulaşılır olan medya aracı ya da araçları belirlenmeye çalışılmıştır. Çocukların yüzde 45,5'i yazılı, işitsel ve görsel medya araçlarına aynı resimde yer vermiştir. Bu da çocukların yarıya yakınının genel anlamda medyanın kapsamına ilişkin belirli bir bilgi düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. Çocukların yüzde 32,3'ü medyayı televizyonla; yüzde 8,8'i bilgisayar ve tabletle; yüzde 8,8'i radyoyla; yüzde 4,4'ü ise gazete ve cep telefonu ile anlatmaya çalışmıştır. Bu veriler, çocuklar için en kolay ulaşılan medya aracının televizyon olduğunu net biçimde ortaya koymaktadır. Televizyonun çocukların çok küçük yaşlarından itibaren hayatlarına girmesi sebebiyle bu şaşırtıcı bir sonuç değildir.

Çalışmanın ikinci kategorisini resimlerin medya içeriklerine göre değerlendirilmesi oluşturmuştur. Bu süreçte en fazla veri, yalnızca bir medya aracının yer aldığı çizimlerden elde edilmiştir. Bu kategoride de yine televizyonun diğer medya araçlarına göre öncelikli bir konumda yer aldığı gözlenmiştir. Televizyon yayınlarına yönelik çizilen resimlerin yüzde 72,7'si haber; yüzde 18,2'si spor/magazin/yarışma programı; yüzde 9,1'i ise dizi ve film içeriklerinden oluşmaktadır. Bu veriler ışığında diyebiliriz ki, medya denilince çocukların büyük bölümünün aklına öncelikle televizyon; televizyon denildiğinde ise haber gelmektedir.

Medya araçlarının içerik açısından değerlendirildiği resimlerde televizyondan sonra en çok bilgisayar içeriklerine rastlanmaktadır. Resimlerinde bilgisayara yer veren çocuklar, bilgisayarın içeriğini internet aracılığı ile betimleme yoluna gitmişlerdir. Bilgisayar çizimlerinin medyayı temsil ettiği çalışmalarda bilgisayar içeriklerini ise yoğunluklu olarak 'google' arama motoru aracılığı ile internet oluşturmuştur. Gazete, dergi ve kitap gibi yazılı medya araçlarının yer aldığı resimlerde ise bu araçların içeriğine ilişkin herhangi bir bulgu elde edilememiştir.

Çalışmanın son kategorisini ise medyanın kullanım amaçları oluşturmuştur. Elde edilen veriler çocukların medyanın işlevselliği ve etkisi noktasında oldukça bilgili olduklarını

ortaya koymaktadır. Buna göre çocukların yüzde 42'si medyanın alıcı kitle üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkilerde bulunabileceğinin farkındadır. Çocukların yüzde 37'si medyanın olumsuz yönlerini öne çıkararak, medyaya yönelik eleştirilerde bulunmaktadır. Çocukların yüzde 21'i ise medyanın olumlu özellikleri üzerinde durarak medyanın bilinçli bir şekilde kullanılmasının gerekliliğine dikkat çekmektedir.

8-9 yaş aralığındaki çocukların “medya nedir?” sorusuna yönelik yapmış oldukları resimler bu yaş grubunun medyaya ilişkin bilgi sahibi olduğunu, medya içeriklerini kendine göre anlamlandırıldığını ve medya araçlarını kullanma noktasında bilinçli bir şekilde hareket ettiğini ortaya koymaktadır. Buna göre çocuklar medya araçlarını çoğunlukla bilgi toplamak ve haber almak için kullanmaktadırlar. Bunun yanında bazı çocuklar vakit geçirme ve eğlenme gibi sebeplerle de medya içeriklerini tüketmektedirler. Çalışmada elde edilen bir diğer önemli bulgu da medyanın olumlu ve olumsuz yönlerinin bilincinde olan çocukların rahatlıkla medya eleştirisi yapabilmeleridir. Bu anlamda çocukların medya okuryazarlığının ulaşma ve analiz etme becerilerine sahip oldukları söylenebilir. Çocukların medya okuryazarlığına ilişkin herhangi bir eğitim almadan bu tür becerilere sahip olmaları oldukça önemlidir. Bununla birlikte ilerleyen yıllarda medya okuryazarlığına yönelik eğitim almaları medya okumalarına ilişkin becerilerinin gelişimini sürdürmelerine katkı sağlayacaktır. Bu şekilde daha fazla bilinçlenerek medyanın bazı olumsuzluklarına karşı kendilerini koruyabilecekleri gibi doğru ve yanlış bilgiyi ayırt etme noktasında da gerekli becerilere sahip olabileceklerdir.

Bu çalışmanın medya okuryazarlığına ilişkin yapılacak ileriki araştırmalar için bir basamak olacağı düşünülmüştür. İlerleyen süreçte resim tekniği kullanılarak ya da farklı odak gruplar oluşturularak çocukların medya araçlarına ve içeriklerine yönelik bilgi düzeyleri, medyadan nasıl etkilendikleri ya da medya araçlarını ne şekilde ve hangi sıklıkta kullandıklarına ilişkin kapsamlı araştırmalar yapılabilir.

Kaynaklar

- Arslan, A. (2004). Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1: 1-12.
- Çamlıbel İrkin, A. (2012). *Çocukların Gelişim Süreci ve Televizyonun Etkileri*, Yayınlanmamış RTÜK Uzmanlık Tezi, Ankara.
- Dey, I. (1993). *Qualitative Data Analysis: A User Friendly Guide for Social Scientists*, London: Routledge.
- Erdoğan, İ. ve Korkmaz, A. (2010). *Öteki Kuram/Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*, Ankara: Erk Yayınları.
- Ertürk, D. (2011). *Çocukluk Çağı Gelişim Dönemlerine Göre Medya Kullanımı, Çocuk Hakları ve Medya*, (Haz: R. Şirin), İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.

- Hall, S. (2003) Kodlama ve Kodaçım, *Söylem ve İdeoloji Mitoloji, Din, İdeoloji*, (Haz: B. Çoban, Z. Özarslan), İstanbul: Su Yayınları.
- Ilgaz Büyükbaykal, C. (2005). Kitle İletişim Araçları ve Toplumsal Yaşam, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 21: 71-75.
- Kutoğlu, Ü. (2011). Medya Okuryazarlığı ve Çocuk Eğitimi, *Medya Okuryazarlığı*, (Ed: M. Şimşek, N. Türkoğlu), İstanbul: Parşömen Yayıncılık.
- Laughey, D. (2010). *Medya Çalışmaları/Teoriler ve Yaklaşımlar*, (Çev: A. Toprak), İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Lemish, D. ve Kolucki, B. (2013). Medya ve Erken Dönem Çocukluk Gelişimi/Çocuklarla İletişim: Yetiştirme, İlham Verme, Harekete Geçirme, Eğitime ve İyileştirme İlke ve Uygulamaları, (Çev: Şemsa Yeğın), *I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı Cilt:2*, (Haz: H. Yavuzer ve M. R. Şirin), İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Linebarger, D. L. and Walker, D. (2005) Infants and Toddlers Television Viewing and Language Outcomes, *American Behavioral Scientist*, 48(5): 624-645.
- McQuail, D. ve Windahl, S. (1997). *Kitle İletişim Modelleri*, (Çev: K. Yumlu), Ankara: İmge Kitabevi.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media The Extensions of Man*, Cambridge: The MIT Press.
- Postman, N. ve Powers, S. (1992). *Televizyon Haberlerini İzlemek*, (Çev: A. Tunç), İstanbul: Kavram Yayınları.
- Sanders, B. (2010). *Öküzün A'sı/Elektronik Çağda Yazılı Kültürün Çöküşü ve Şiddetin Yükselişi*, (Çev: Ş. Tahir), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Uğurlu, Ö. (2014). Elektronik Dünyanın Çocuk Dünyasına Yansıması: 'Temassız Oyun' Kavramı Bağlamında Eleştirel Bir İnceleme, *İletişim ve Diplomasi*, 2: 51-62.
- Yavuzer, H. (2013). *Resimleriyle Çocuk/Resimleriyle Çocuğu Tanıma*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yaylagül, L. (2010). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*, Ankara: Dipnot Yayınları.