

## Elektronik Kültür Endüstrisi ve Çocukta Bilişsel Kavrayışın Geliştirilmesi

 SİNAN DOĞAN<sup>a</sup>

**Öz:** Çağımızın buluşlardan en önemlisi “ağların kraliçesi” olarak tanımlanan ve öznesi bulunmayan internettir. İnternetin gelişim sürecinde çocuklar üzerinde ne kadar etkisi olduğu tartışma konusu olmaya devam etmektedir. İnternet, bireysel etkinliğin sınırlanacağı bir dünya olarak tanımlanır. Elektronik kültür endüstrisi, duyguları uyuşturmak, düş gücünü ya da esneklik yeteneğini kısıtlamak, başkalarını incitecek şekilde umursamazlık geliştirmek, yıkıcı davranışları yüreklendirmek gibi kimlik bunalımı ve kimlik kaybı gibi olumsuz sonuçları meydana getirmektedir. İşlev ve güçlerini yitiren sosyal kurumların kontrolünden arınmış birey, kendisini sanal bir özgürlük hissi içinde bulmaktadır. Çocuktaki özgürlük hissi ile şekillenen özgün gereksinimleri, çocuğu sosyal sorumluluk duygularından uzaklaştırmaktadır. Elektronik kültür endüstrisi, çoğu kez yaşlarına ya da kültürlerine uygun olmayan, farklı amaç sağlamak amacıyla hazırlanmış olan içeriği zengin görsel-işitsel yöntemlere özendirilmektedir. Çocuklar, içeriği zengin ve görsel medya işlemler üzerinde düşünürler, hissederler ve kendi anlamlarını yaratırlar. Amaçlı hazırlanan içeriği zengin ve görsel medya işlemleri reddedecek “bilişsel kavrayışa” sahip değildir. Elektronik kültürü endüstrisi imgelerle, çocukları “materyalist -bencil -rekabetçiye” dayalı yaşam deneyimin içinde tutmaya çalışır. İmgeler, çocuğun kişisel gelişimi arasında önemli bir araçtır. Makalemizde elektronik kültür endüstrisinin oluşturduğu imgelerin, çocuklar üzerindeki etkisini ve bunlardan korunması için imge temelli bilişsel kavrayışının geliştirilmesinin temellendirilmesi amaçlanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Kent, kentleşme, ekonomi, göç, marka kent.

<sup>a</sup> Araştırmacı, Yazar  
s.sinan1339@hotmail.com

---

## Electronic Culture Industry and Development of Cognitive Understanding in Children

**Abstract:** One of the most important inventions of our age is the internet, which is defined as "the" queen of networks "and has no subject. The extent to which the internet has an impact on children in the development process remains a matter of debate. The Internet is defined as a world in which individual activity is limited. The electronic culture industry creates negative consequences such as identity crisis and loss of identity, such as numbing emotions, limiting imagination or flexibility, developing indifference in a way that hurts others, encouraging destructive behavior. The individual, free from the control of social institutions that have lost their functions and powers, finds himself in a virtual sense of freedom. The original needs shaped by the feeling of freedom in the child distract the child from their social responsibility. The electronic culture industry is often encouraged to use rich audio-visual methods that are not suitable for their age or culture, and are prepared for different purposes. Children think, feel, and create their own meanings when processing rich and visual media. Its content is rich and visual media does not have the "cognitive understanding" to refuse transactions. The electronic culture industry tries to keep children in the life experience based on "materialist-selfish-competitive" with images. Images are an important tool in the child's personal development. In our article, it is aimed to base the development of image-based cognitive understanding in order to protect the effects of the images created by the electronic culture industry on children and to protect them from them.

**Keywords:** City, urbanization, economy, migration, brand city.

## Giriş

Türkiye, tarihi geçmişi ve jeopolitik konumu nedeniyle dünya güç odaklarının siyasal, kültürel ve sosyo-ekonomik çıkar çatışmalarının merkezinde bulunan en önemli ülkelerden biridir. Bundan dolayı, Türkiye sürekli iç ve dış tehditlere maruz kalmıştır. Kültürel değerler üzerine medya vasıtasıyla yöneltilen saldırılar konunun önemini ortaya koymaktadır.

Medya birer kültür taşıyıcısı ve aktarıcısı oldukları yönünde birçok araştırmacı ve bilim adamı tarafından kabul edilmektedir. “Elektronik medyanın, dünyaya ilişkin imgesel tasarımlarla, kültürleri parçalamak, yaşamı etkilemek için “vizyon kültürünü” oluşturduğu yönündeki iddialar gittikçe güçlenmektedir. Elektronik medya, çocukların kişiliklerini biçimlendirerek”<sup>1</sup> çocukta kültürel kimlik kaybı meydana getirmektedir “Elektronik medya baskısı artıkça, çocukların ruhsal ve davranışsal yönden çoğunlukla olumsuz etkilediği düşünülmektedir.”<sup>2</sup> Elektronik medyanın birey ve toplum üzerinde güçlü etkilerinden dolayı “sihirli mermi” ya da “hipodermik iğne” şeklinde tanımlanmıştır.

Çalışmamızda elektronik kültürün, çocuklar üzerindeki olumsuz etkisine dikkat çekmektir. Makale alan yazı taraması, bu yönde yapılmıştır. Her ne kadar medya kültürün, olumlu etkilerinin de olduğunu belirten araştırmalar bulunsa da bu sonuçlar, çalışmanın amacı dışında bırakılmıştır. Medya kültürün olumsuz etkilerinin çocukta bilinç kavrayışının yükseltilmesiyle giderilebileceği amaçlanmıştır.

### 1. Elektronik Kültür Endüstrisi

Elektronik kültürü, bireyin ilgisini farklı alanlara ve ortamlara yönlendirmektedir. Kullanıcıyı aldığı noktadan, pek çok farklı noktaya sürüklemekte ve kullanıcıyı tahmin bile edilemeyen alanlara bırakmaktadır. Bu alanlarda etkinliğini daha artıran elekt-

<sup>1</sup> Türker Alkan, *Siyasal Bilinç ve Toplumsal Değişim*, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1995, s. 5.

<sup>2</sup> Emel Okur Berberoğlu, “Çocuklar-Ergenler, Medya Bağımlılığı ve Sınıf Dışı Eğitim”, *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24, 2015, s. 45-57.

ronik medya kültürü, iletilerin taşıdıkları mesajla, kullanıcıların dünyası yeniden şekillenmekte ve boyut kazanmaktadır. Toplumsal yapı ile elektronik kültür arasındaki derin ve karmaşık etkileşim; bireylere, gruplara olduğu kadar toplum ve kültürüne de yeni yorumlar katmaktadır. Elektronik medyanın toplumsal yapıyı bireyler arasında cereyan eden sosyal ilişkileri etkilemektedir. Bundan dolayı görece değiştirme potansiyeline sahip medyanın sosyolojik bir olgu hüviyeti giderek güçlenmektedir. Küreselleşme süreci mekânsızlık, zamansızlık ve belirsizlik içermesine rağmen bilgi toplumu halen fertlerine, daha bütünleşmiş bir dünyada, ortak iyi gelecek tahayyülü aşlamaya çalışmaktadır.

Elektronik kültürün etkisi zihinsel tortular gibi zaman içerisinde azar azar oluşmakta, davranışlardan çok tutum, inanç ve yargılar üzerinde etkili olmaktadır.<sup>3</sup> Elektronik medyanın görsel simgelere dayalı iletişim araçları kullanmasından dolayı, üretim ve kitlelere yayılma hızı ileri boyutlara taşınmıştır.<sup>4</sup> “Elektronik kültür, kültürel değişimin ayrılmaz bir etkeni,” kültürel üretim sisteminin önemli parçasıdır.”<sup>5</sup>(Scannell,1992 aktaran Uslu, Arslan, diğerler, 2017,13) Elektronik kültür, görsel simgelere dayalı iletişim araçları kullanarak gerçekleştirdiği yayınlar, kimi zaman yozlaştırıcı ve bireylerin kişiliklerini bozucu etkilere de yol açabilmektedir. Elektronik kültür, bireylerin sağlıklı kişilik geliştirmelerine katkıda bulunmak yerine, mevcut toplumsal değer ve normlardan sapma şeklinde ifade edilebilen sapkın davranışları körükleyici etki yapabilmektedir. Elektronik medya özellikle çocuk ve gençleri çelişkiler içine sürüklemektedir. “İnternetin özgür ortamının, her türlü içeriğe kolay ulaşımı beraberinde getirmesi, toplumsal zihinde var olan ancak sosyal sınırlamalar çerçevesinde açığa vurulamayan merak/ihtiyaçları ifşa etmektedir. Sanal ortam bağımlılıkları, sosyal

<sup>3</sup> George Gerbner, *Medyaya Karşı*, çev. Güneş Ayas vd., Ayrıntı Yayınları, Ankara, 2014.

<sup>4</sup> Ali Arslan, “Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri”, *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 2004.

<sup>5</sup> Ali Arslan- Zeynep Karahan Uslu- Mustafa Çağlayandereli, “Medya Dünyasının Değişen Birey, Toplum, Kültür İlişkileri”, *Herkes İçin İletişim*, ed. Deniz Bayraktar-Özlem Avcı Aksoy, Unesco, Ankara, 2017, s. 13.

ilişkilerde bozulma”<sup>6</sup> gibi aile ve toplum yapısına yönelik riskler ortaya çıkartmaktadır.

“Tipografik kültürden elektronik kültüre geçilmesiyle yetişkinler dünyasına ilişkin sınırlar ortadan kalkmaya başlamış; çocukluk ile yetişkinlik arasındaki sınırlar belirsizleşmiştir.”<sup>7</sup> Ama sınırlar olmadan çocukluk olmaz. Sınırlar, yaşamın ciddiyetinden ve gaddarlığından koruyan duvarlar gibidir. Çocuğun masumiyet içinde büyümesine olanak sağlar. Elektronik medya, çocuğu tüketim metası haline getirerek nesneleşmesini amaçlar. Nesneleşen çocukların, çocukluktan hızla uzaklaşmaya başlar, çocuklukları kaybolur.

Kültürel emperyalizmin bir alt bileşeni olan elektronik kültür endüstrisi kuramına göre, kendilerinin egemen kültür ve değerlerini çocuklara empoze edilmektedir. Bunu gerçekleştirmek için elektronik medya “kültür endüstri” haline getirilmiştir. Elektronik kültürel endüstri, kendi kültürel değerlerini kazandırmak için önce çocukların kültürel değerleri tahrip etmektedir. Elektronik kültür endüstrisi tarafından bilinçli bir şekilde, seri, tek tip ve yapay olarak ürettiği ürünlerini, tek yönlü çocukların zihinlerine taşırlar. Bu şekilde çocukların kapitalist değer ve amaçlarını benimsemesine ve kendi değerlerine yabancılaşmasına neden olduğu varsayılmaktadır.<sup>8</sup>

Küreselleşmenin ortaya çıkardığı iki boyutlu bir yok olma süreci söz konusudur. Birincisi, tek tipleşme nedeniyle kültürel erozyona uğrama ve yok olmadır. İkincisi ise, devlet bilinci bozulma ve yok olmaktadır. Küreselleşmenin amaçlarına göre hareket eden “Elektronik kültür aracılığıyla yapılanların genellikle bilinçli bir şekilde gerçekleştirildiğine işaret etmektedir.”<sup>9</sup> Elektronik medya-

<sup>6</sup> Ruhan Karadağ- Emine Kolaç- A. Halim Ulaş, “Meanings Ascribed to the Concept of by Prospective Turkish-Language Teachers and Their Attitude towards Popular Culture”, 3. *Ulusal Çocuk ve Gençlik Edebiyatı Sempozyumu*, haz. Sedat Sever vd., Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 2012.

<sup>7</sup> Neil Postman, *Çocukluğun Yok Oluşu*, çev. Kemal İnal, İmge Kitabevi, Ankara, 1995, s. 110.

<sup>8</sup> Metin Işık, *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, 2002, s. 95-97.

<sup>9</sup> Akt. Arslan vd., “Medya Dünyasının Değişen Birey, Toplum, Kültür İlişkileri”.

nın mülkiyet ya da kontrolünü elinde bulunduran kişi ya da kesimlerin, kendilerinin ilgi, ihtiyaç, istek ve beklentileri<sup>10</sup> doğrultusunda elektronik endüstri ürünler oluşturmaktadır. “Elektronik kültür, olayları ve gerçekleri, az ya da çok, kendi bakış açılarına göre çarpıtabilmektedir.”<sup>11</sup> İnternetin kesintisiz iletişimin çeşitliliği ve gücü, çocuğun iletişimin gücünü bambaşka arttırmıştır. Aynı zamanda internetin ürettiği bilgi kirliliğiyle çocukta kafa karışıklığı da meydana getirmektedir. Zihinsel sarsıntı geçirmeye başlayan çocuk, kendisine dayatılan kasıtlı elektronik kültür endüstri ürünlerine karşı direnç gücü azalır, kabullenmeye başlar.

Elektronik medyanın toplum üzerindeki değiştirici etkilerini “değiştirip dönüştürme”, “önemsiz değişiklikler yapma”, “kuvvetlendirme “şeklinde üç grupta toplanabilir. Elektronik medya uzun süreli ve önceden düşünülmüş tasarlanmış ürünlerle çocuklar üzerinde etkilerini gerçekleştirmektedir. Çocuk ve gençlerin üzerindeki etkileri; “saldırgan davranış, şiddet, şiddete duyarsızlaşma, madde bağımlılığı, istismar, bedensel benlik algısı ve cinselliğe düşkünlük, tüketim bağımlısı olmak vb. şekillerde olmaktadır”.

Elektronik kültürü ikonolojiktir ve özdeşleşmeye sahiplenmeye dayanır. Masalsı bir iyimserlik içinde şiirsel ve adaletle bütünleşmiş; iyilerin daima kazanacağı, kötülerin cezalandırılacağı ütopyik bir kalıptır. Gerçek, medyatik kültürde kategorik ve bağlamsaldır. Elektronik medya kültür önceden düşünülmüş, tasarlanmış, kimi nasıl etkileyeceği üstünde çalışılmıştır. Sunulan gerçek ile var olan gerçeğin birbiri ile örtüşmez. Sunulan gerçek zamanla gerçeğin yerini almaya başlar. Medyatik gerçek, çocuğun bilincinde süreklilik kazanmasıyla çocuk, var olan gerçeğe tamamen farklı bir yapıya bürünmüştür.<sup>12</sup> Elektronik kültürün sunduğu gerçeği, yaşanan gerçeği etkiler ve giderek değiştirerek onunla yer değiştirir. Bu durum çocukta, kültürel yabancılaşmayı, aidiyet duygusu-

<sup>10</sup> Manuel Castells, *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür 1: Ağ Toplumunun Yükselişi*, çev. Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2008.

<sup>11</sup> Akt. Arslan vd., “Medya Dünyasının Değişen Birey, Toplum, Kültür İlişkileri”.

<sup>12</sup> Hasan Bülent Kahraman, *Postmodernite ile Modernite Arasında Türkiye*, Everest Yayınları, İstanbul, 2002, s. 191-192.

nun zayıflamasını, topluma yabancılaşmayı ve bencilleşmeyi beraberinde getirir. “Kültür emperyalizmi kuramından doğan elektronik kültür endüstrisi, etkili bir şekilde toplumun kültürel yapısını kendi ihtiyacı ve çıkarı doğrultusunda, kendi koşullarında üretir. Ürettiği ürünleri, geniş kitlelere hitap edecek şekilde formatlar, kendi işleyiş mantığına göre pazarlar.”<sup>13</sup>

Toplumsal ilişkiler ve çocuk tasarımı gibi kültürün bütünü üzerinde büyük değişikliğe yol açan teknolojik temelli medyanın giderek Tanrısal bir statüye kavuştuğunu ve bu nedenle de sorgulanmadığını şeklinde değerlen dirilmeler ortaya çıkmaktadır.<sup>14</sup> Çünkü insanın anlama ve duyumsama yetenekleri teknolojinin egemenliği altına girmiştir. “Günah’ ya da ‘kötü’ gibi kavramlar ise ortadan kalkmaktadır. İnsanları köleleştirmektedir. Teknoloji doğanın bir parçası olduğuna şeklinde inançlar arttıkça, çocuk ve gençlerde dolaylı yoldan köleleşme hızla artmaktadır.”<sup>15</sup>

Elektronik kültür kitle iletişimi geliştikçe, elektronik medyada yer alan iletişim semboller, karakterler (onlar aracılığıyla düşünülen şeyler) ve toplumun varlığını (düşüncelerin içinde geliştiği ortam) değiştirdiği söylenebilir. İnsanlar üslup ve hayat tarzı seçimi konusunda bilinçlerini kaybettikçe ortaya çıkan farklı kimlik tarzları, toplumsal yapının tamamında olmasa bile belli kesimlerinde (gençlik ve orta sınıf) kimlik bunalımına neden olmaktadır.

Beceri, kullanım, başarma, bulup buluşturma gücü türünden anlamları içeren teknik, insana bağlı, insandan kaynaklanan bir olgudur. Bunu katı bir “yapabilme” değil, durmadan gelişen esnek bir güç olarak ele almak, sürekli değişen insana özgü olması nedeniyle de çok anlamlı yapısına ve kültürün bir parçası olduğuna dikkat çekmek gerekmektedir. Çocukların gündelik hayatını kuşatan elektronik kültür imge tasarımı, belli bir vizyon kültür ortamının nesnesidir, bu ortamla birlikte varlığını sürdüren çocuklar, nesnelere her türlü değer ve anlamının içinde yer alır. İmgesel

<sup>13</sup> Sadık Güneş, *Medya ve Kültür*, Vadi Yayınları, Ankara, 2001, s. 127-128.

<sup>14</sup> Postman, *Çocukluğun Yok Oluşu*, s. 11.

<sup>15</sup> Füsun Alver, “Neil Postman’ın Çocukluğun Yok Oluş Sürecinde İletişim Teknolojisi Eleştirisinin Eleştirisi”, *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 2004, ss. 129-141.

anlamlar yüklenmiş vizyon kültür ortamıyla ilişki kurarak; anlamaya, algılamaya ve onlardan yararlanma eyleminde bulunurlar. Elektronik kültür vizyon kültür ortamında yer alan nesnelere kullanıma yönelik pratik değerinin üzerine eklenen kültürel anlamlar, imgesel çağrışımlar ve simgesel kodlardan kurulu ikinci düzlemde özgür ve özgün ruh olma öne çıkarılır. Özgür ve özgün hissine kapılan çocuk, medya vizyon ortamını ideal bir hayat kabul ederek, gündelik yaşamı şekillendirme içine girer.

Çocuğun zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldıran, sanal dünyanın nesnelere dünyasına ilişkin algılamaları, bir süre sonra hüküm hükmündedir. Çocuğun elektronik medya vizyon kültür ortamındaki nesnelere olan ilişkisi, “üst benlik” şeklinde zihinsel işlev haline gelecektir. Çocuk, toplumsal kültürün kendi özgür ve özgün ruhu kısıtladığını düşünerek, üst benliğine doğru yuvarlanacaktır. Çocuk” kimliğini, bireyselliğini ve farklılığını ortaya koymaya çalışırken, tüketim sürecinde aktif hale gelmektedir. Çocuğun toplumsal ilişkilerinde yerini konumlandırmaya çalışması, çocukta üst benlik ile alt benlik arasındaki çatışma, kimlik bunalımı meydana getirecektir.

Fiske’ye göre ise “Popüler kültür; egemen sınıfın sağlamakta olduğu kaynaklar ile kendine has bir kültür oluşturma sürecidir.<sup>16</sup> Popüler kültürün etkisi altına giren en büyük hedef kitle çocuklar ve gençlerdir. “Bu bağlamda popüler kültür hakkında, insanların kendi kendilerine, kendi hayatları için ürettiği ve kendi kendilerine tükettiği bir kültürdür demek doğru olacaktır.”<sup>17</sup>

Elektronik kültür “kültürel değerleri ve gelenekleri, yeni formlar şeklinde gösterir.”<sup>18</sup> “Elektronik kültür günlük yaşamla ilişkilidir, sınırları ise gözde olan ile çizilmektedir.”<sup>19</sup> Elektronik

---

<sup>16</sup> Hasan Hüseyin Özkan, “Popüler Kültür ve Eğitim”, *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14 (1), 2006, ss. 29-38.

<sup>17</sup> Karadağ vd., “Meanings Ascribed to the Concept of by Prospective Turkish-Language Teachers and Their Attitude towards Popular Culture”.

<sup>18</sup> Ahmet Oktay, *Türkiye’de Popüler Kültür*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1994, s. 21-22.

<sup>19</sup> Edibe Sözen, *Söylem: Belirsizlik, Mücadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*, Paradigma Yayınları, İstanbul, 1999, s. 57.



kültür popüler olan karakterleri ya da bireyleri kullanarak popüler kültürü evrensel bir kültür olarak sunarak, çocukları, şekillenebilmektedir. Çocuklar, popüler elektronik kültür içinden manalar çıkartmak suretiyle birtakım değerleri keşfederler. “Çocuklar, iyi bir öğrenci ve iyi bir aile bireyi olma konumunu, keşfettiği değerleri ölçüt olarak kullanırlar. Çocuklar kendi yaşamlarını belirli bir bakış açısından şekillendirme yeteneğine de sahiptirler.

Çocuklar gerçek yaşamlarında bulamadıkları mutluluğu, elektronik kültür ortamında sosyalleşerek ararlar.<sup>20</sup> Elektronik popüler kültür ortamda, karakterize edilmiş bir sanal iletişimi ile karşı karşıya kalan çocuk, özgürlükçü medya dünyası ile bütünleşmeye başlar. Çocuk, özgür medya popüler kültür dünyasında, özgür düşüncelerini, isteklerini ve duygularını utanmadan sıkılmadan ifade eder. Hayatlarını, yaşamlarını abartılı bir biçimde karşı tarafa aktarabilmektedirler. “Özgürlükçü medya ortamında kendilerini buldukları, yine kendilerini ifade edebilmelerine olanak sağlayan özgürlükçü kavramı, beynin en üst katmanına yerleşir.”<sup>21</sup> Çocuğun merkezinde yer almaya başlayan tüketim bedeni, yeni kimlik ve yeni yaşam tarzı inşa edilmesi/sergilenmesi sürecidir. “Yeni dönemde anlayış, azami etki ve anında etkiyi kaybetme olarak özetlenmekte ve yapılan işin ve kimliğin geçiciliği, bağlanamama, hiçbir şeyin üzerine yapışmasına izin vermeme olarak belirtilmektedir.”<sup>22</sup> Çocukta kimlik inşası, insanlarla birlikte olsa da onlardan farklı olma arzusu, kişiliğinde odak noktası haline gelir. Kimlik oluşturma sürecinde tüketim önemli bir basamak işlevi görür. Elektronik medya ortamında kendilerini yeniden üretmekte, kimlik ve benlik mücadelesi vermektedir.<sup>23</sup> Elektronik

<sup>20</sup> Barış Kılıçbay, “Bir Teknoloji Söyleminden Parçalar: Enformasyon ve İletişim Teknolojileri Kuramlarına Tarihsel Bakış”, der. Mutlu Binark- Barış Kılıçbay, *İnternet, Toplum, Kültür*, Epos Yayınları, Ankara, 2005, s. 15-31.

<sup>21</sup> Stuart Hall, “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”, der. Mehmet Küçük, *Medya, İktidar, İdeoloji*, Ark Yayınevi, Ankara, 1999, ss. 199-245.

<sup>22</sup> Zygmunt Bauman, *Bireyselleşmiş Toplum*, çev. Yavuz Alogan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2005, s. 280; Slavoj Žižek, *Gıdıklanan Özne*, çev. Şamil Can, Epos Yayınları, Ankara, 2007, s. 295.

<sup>23</sup> Yeliz Kuşay, *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık*, Beta Yayınları, İstanbul, 2013, s. 13.

kültür ortamındaki ürünleri; tüketim sürecinde anlam kodları, gösterge/sembol sistemleriyle birlikte düşünmek gerekir. Diğerinin algısına endekslenen bir kimlik algısı değişken bir şekilde arzuyla paralellik kazanmıştır.<sup>24</sup>

Elektronik kültür vizyon stratejileri yeni kimlik hayatında; üretkenlik rollerini kazandıran kimlik duygularından uzaklaşmaktadır. Her fırsatta hayatın tercihlerden ibaret olduğu belirtilmektedir. “Nasıl da bir daha gelmeyeceğiz bu dünyaya” düşüncesi, yeni hayatının tercihlerini belirlemeye başlar. Yaşanacak her hayat veya her türlü tecrübeye yeni kimliklerinde imkân tanımaktadır, Yeni kimlik, adeta bir “yap-boz tahtası”na dönüşmektedir.

## 2. Bilişsel Kavrayışının Geliştirilmesi

Elektronik kültürün olumsuz imge tasarımlara karşı, karşıt imge tasarımlar ile çocukların eğitilmesi gerekmektedir. İmge temelli elektronik kültür çocukları kuşatmıştır. Elektronik kültürü yansıtan imgeler konusunda çocuklara kazandırılacak genel bilgiler belli esaslar dâhilinde olmalıdır. Çocukların imgelerin derin anlam ve anlamın formla ilişkisi gibi konularda bilgi sahibi olabilmeli. İmge kullanımına ilişkin yoruma bağlı olan öğrenmenin, çocukların önemli bir yönünü oluşturabilmelidir. Bilgiye ilişkin yorumlama ve imgeler arasında bağlantılar yapabilme yetisi verilmelidir. Çocukların yorumlarını ve imgelerini kullanma yolunu etkileyebilen sanatlar hakkında eğitilmesi, eğitim ve öğretimde temel haline getirilmelidir. Çocukların kendi kültürüne ait imgeler zihinlerine önceden kodlandığı zaman, elektronik kültürün hayati bir karakteri olan imgelerin iletişim gücünü ihtiyari olarak kanıksayabilir. Çocuklar erdem ve kültüre ait imgeleri öğrendikçe, elektronik kültür imgelerden gelen tehditleri algılamasına ve bertaraf etmesine neden olacaktır.

Çocukların eleştirel düşünme yeteneğinin geliştirilmesi gerekmektedir. Çocuklara kazandırılacak Sosyal Bilgi-İşleme gücü ile fantezi ile gerçeğin ayırt edilebilecektir “Çocukta geliştirilen biliş-

---

<sup>24</sup> Jean Baudrillard, *Tüketim Toplumu*, çev. Hazal Deli Çaylı- Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004, ss. 74-100.

sel kavrayışının gücü elektronik kültürde “gördüklerini değerlendirerek gerçek dünya ile bağlantısının olup olmadığını algılamasını sağlayacaktır.”<sup>25</sup>

Çocukta sosyal-bilgi-işleme yetisini kazandıracak unsurlardan biri çocuk edebiyat ürünleridir. Elektronik medyada çocuk edebiyat ürünleri, çocukta “tanıma, büyüleme, bilgilendirme, şaşırtma olmak üzere işlevlerini yerine getirecek şekilde düzenlenmelidir. Çocukların düzeyine, ilgilerine gereksinimlerine, isteklerine uygun bir şekilde”<sup>26</sup> çocuğun kendini tanıması ve insanı ve yaşamı tanıması amacına hizmet edecek şekilde medya edebiyat ürünleri hazırlanmalıdır. Çocukta bilişsel kavrayışın daha nitelikli bir biçimde gerçekleşmesine olanak tanımaktadır. Elektronik kültür ortamında, “optik görevi” yapacak bilişsel edebiyat çocuk ürünleri oluşturulmalıdır.

Elektronik kültürde, çocuğun doğruyu arama ve sorgulama ortamları, sanatsal nitelikli görsel ve dilsel uyaranları ile desteklenmeli, çocukta düşün ve düşünce üretimine yöneltilmelidir. “Çocuk medya edebiyatı, çok önemli işlevlere sahip olan bir edebiyat-sanat alanıdır. Çocuk edebiyatı yapıtlarında düşün öğesinin ustalıkla işlenebilmesi için gerekli olan koşullardan bir diğeri, düşün ile gerçek arasındaki dengeyi başarılı bir biçimde kurulabilmesidir. Bilindiği gibi düşün kurmanın psikolojiyi rahatlatıcı, moral verici, geleceğe dair umut aşılayıcı, yaratıcılık ve düşünme becerilerini geliştirici vb. özellikleri vardır.”<sup>27</sup>“Düşün gücü pek çok müspet senaryo tasarlayabildiği gibi, her türlü karanlık, hastalıklı senaryoyu da yaşama geçirebilir. Şimdiye kadar icat edilen bütün ölümcül silahlar, düşün gücünün bir ürünüdür.”<sup>28</sup>

Düşün kurmanın “her türlü karanlık, hastalıklı senaryoyu” yaşama geçirebilme potansiyeli, çocuk edebiyatı yapıtlarında düşün

<sup>25</sup> Akt. Berberoğlu, “Çocuklar-Ergenler, Medya Bağımlılığı ve Sınıf Dışı Eğitim”.

<sup>26</sup> John Fiske, *Popüler Kültürü Anlamak*, çev. Süleyman İrvan, Ark Yayınevi, Ankara, 1999.

<sup>27</sup> Sedat Karagül, “Çocuk Edebiyatı ve Bibliyoterapi”, *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, 6, 2018, s. 52.

<sup>28</sup> Terry Eagleton, *Edebiyat Nasıl Okunur*, çev. Elif Ersavcı, İletişim Yayınları, İstanbul, 2016, s. 88.

öğesinin kullanımında son derece dikkatli ve bilinçli bir tutum içinde olunmasını bir zorunluluk haline getirmektedir. Çocuğun “iyiyi ve güzeli” düşlemesine olanak tanıyacak nitelikler taşınmalıdır. Çocukların iç dünyaları ve kişilik gelişimleri üzerinde derin etkiler bırakabilecek güce sahip edebiyat araçların başında gelmektedir. Çocuk edebiyatı yapıtları; resimleriyle, olay örgüsüyle, barındırdıkları karakterlerin özellikleri ve davranış biçimleriyle ele aldıkları izlekleri ve aktarmaya çalıştıkları iletileriyile çocukların ruhsal, kişisel ve toplumsal özelliklerini olumlu yönde geliştirebilecek bir bütünsellik taşınmalıdır.

Bu noktada çocuk edebiyatı yapıtlarında yer alan karakterlerin davranış, eylem, konuşma, fiziksel özellikler ve yorumlarla geliştirilmeye açık nitelikle olmalarına, çocukların yaş ve deneyimlerine koşut olarak yaşam ve insan gerçekliğine dönük yaşantılar edindiri özellikler taşınmalarına özen gösterilmeli. Düşün gerçeğin yerini tutan değil, ancak onu destekleyen bir etken olduğunu, medya edebiyat ürünlerinde çocuklara duyumsatılabilmelidir.

Medya çocuk edebiyat ürünlerinde bilgilendirme işlevi, çocuğun gündelik deneyimlere, insan ilişkilerine ve toplumsal yaşamın işleyişine ilişkin derinlikli bir algı kazanma gereksinimlerini karşılamaya yönelik olmalıdır. “Çocuğu yalnızca bedensel bir varlık olmaktan kurtaran bir sürece öncelik verilmeli. Elektronik medyada, çocukların karşılaştığı görsel ve dilsel tasarımlar, çocuğu yeni kavramlarla karşılaştırma ve tanıştırma sorumluluğuna taşıyabilmelidir. Çocukların soyutlama yoluyla çeşitli kavramları belleğine yerleştirebilmesine fırsat verilmelidir. Çocuk edebiyat ürünlerinde, çocuğun öznel dünyası doğrultusunda anlamlandırabileceği, kendince yorumlayabileceği kurgulara yer vermelidir. Çocuk kurguları kavramaya çalışırken sıklıkla düş kurmasına ve düşünmesine fırsat sağlanmalıdır. Çocuğun düş kurarak, düşünerek ve duyu algularını kullanarak yaşantı kazanmasına olanak sağlayıcı edebiyat ürünler son derece önemlidir. “Çocuk edebiyat ürünlerinde yer alan “karakter” öğesi, çocukta duygu ve düşünce eğitimi sürecinin

gerçekleştirilmesinde son derece önemlidir.”<sup>29</sup> Çocuk edebiyat ürünlerinde yer alan karakterlerin yorumlanması, değerlendirilmesi, eleştirel bakışları çocuklara model oluşturduğunu ve böylelikle onların düşünme becerilerinin gelişmesine önemli katkılarda bulunmaktadır.<sup>30</sup>

## Sonuç

Elektronik kültür toplumsal değerlerin aşınması konusunda da merkezi bir konuma sahip olmaktadır. Elektronik kültür, çocuk yapının değişim ve dönüşümünde “sihirli mermi” ya da “hipodermik iğne” şeklinde etkisi bulunmaktadır. Elektronik kültür, toplumun kültürel yapısını kendi ihtiyacı ve çıkarı doğrultusunda, kendi koşullarında üreterek, kendi işleyiş mantığına göre pazarlamaktadır. Geniş kitlelere hitap eden formlar üreterek, bu formlara uygun davranış kalıpları geliştirmektedir. Özellikle gelişme çağındaki çocukların kişilik oluşturma ve sosyal kimlik arayışları istismar edilerek, çocuklara popüler kültürün ideal kültür olduğu yansıtılıyor. Bu ideal kültürün merkezinde çocukların çocukluklarını yok ederek, çocukları esir ve köleleştirme bulunmaktadır. Üreten kimlikten tüketen kimliğe geçen çocukta anlık hazları önceleyen, “yarını yarın düşün yaklaşımıyla” bugüne ve şimdije odaklı bir anlayışı tarzı ortaya çıkmaktadır.

Kapsamlı bir ‘Medya Eylem Planı’na ihtiyaç olduğu açıktır. Elektronik medya kullanımında politikalar üretilmeli ve uygulanmalı. Çocukların ve ebeveynlerin medyanın olumsuz etkilerine karşı korunmalarını kolaylaştırmak adına hem çocuklara hem de ebeveynlere yönelik “Medya Okur-Yazarlığı Eğitimi” verilmelidir. Milli, manevi ve tarihi değerlerimizi yansıtan dönem yapımlarının uygun fiyata kiralayabileceği dönem platoları kurulmalı ve teşvik edilmelidir. Sivil toplum kuruluşları tarafından içerikler belirlenmeli ve yönlendirilmelidir.

Devlet teşviklerle olumlu içerikleri desteklemelidir. Medyada kültür aktarımının canlı vasıtaları olan oyuncuların, sadece teknik

<sup>29</sup> Canan Aslan, “Çocuk Edebiyatı Yapıtlarının Temel İşlevleri”, *Eğitimci Öğretmen Dergisi*, 17, 2013, ss. 6-9.

<sup>30</sup> Sedat Sever, *Çocuk ve Edebiyat*, Tudem Yayınları, İzmir, 2013, s. 104.

değil, etik ve kültürel değerler eğitimi de alması desteklenmelidir. Toplumun ve içerik üreticilerinin farkındalığı artırılmalı ve kaliteli yapımların sunulmasında baskı unsuru oluşturulmalıdır. Yeni paylaşımlara dayalı ritüellerle çocuk ile nesiller arası bağları güçlendirecek aktiviteler için arayışa teşvik etmektedir. Çocukta kültürel kimliklerini yok etmeyen geniş ölçekli bir tasarım öğretisi geliştirilmelidir. Çocuğun yabancılaşma, yalnızlaşma veya yozlaşma sorunları ancak, tasarım kültür ve edebiyat ilişkisine dayalı olan ortak bir bilinçle çözülebilir. Kültür ve edebiyat dayalı devlet politikalar üretilmelidir. Kültür ve edebiyata dayalı içerik üretim aşamalarında çalışacak insan kaynağı yetiştirilmelidir.

### Kaynakça

- Alkan, Türker, *Siyasal Bilinç ve Toplumsal Değişim*, Gündoğan Yayınları, Ankara, 1995.
- Alver, Füsün, "Neil Postman'ın Çocukluğun Yok Oluş Sürecinde İletişim Teknolojisi Eleştirisinin Eleştirisi", *İletişim Araştırmaları Dergisi*, 2 (2), 2004.
- Arslan, Ali- Karahan Uslu, Zeynep- Çağlayandereli, Mustafa, "Medya Dünyasının Değişen Birey, Toplum, Kültür İlişkileri", *Herkes İçin İletişim*, ed. Deniz Bayrakdar- Özlem Avcı Aksoy, Unesco, Ankara, 2017.
- Arslan, Ali, "Medyanın Birey, Toplum ve Kültür Üzerine Etkileri", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 1 (1), 2004.
- Aslan, Canan, "Çocuk Edebiyatı Yapıtlarının Temel İşlevleri", *Eğitimci Öğretmen Dergisi*, 17, 2013.
- Baudrillard, Jean, *Tüketim Toplumu*, çev. Hazal Deli Çaylı- Ferda Keskin, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2004.
- Bauman, Zygmunt, *Bireyselleşmiş Toplum*, çev. Yavuz Alogan, Ayrıntı Yayınları, İstanbul, 2005.
- Castells, Manuel, *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür 1: Ağ Toplumunun Yükselişi*, çev. Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2008.
- Eagleton, Terry, *Edebiyat Nasıl Okunur*, çev. Elif Ersavcı, İletişim Yayınları, İstanbul, 2016.

- Fiske, John, *Popüler Kültürü Anlamak*, çev. Süleyman İrvan, Ark Yayınevi, Ankara, 1999.
- Gerbner, George, *Medyaya Karşı*, çev. Güneş Ayas vd., Ayrıntı Yayınları, Ankara, 2014.
- Güneş, Sadık, *Medya ve Kültür*, Vadi Yayınları, Ankara, 2001.
- Hall, Stuart, "Kültür, Medya ve İdeolojik Etki", der. Mehmet Küçük, *Medya, İktidar, İdeoloji*, Ark Yayınevi, Ankara, 1999.
- Işık, Metin, *Kitle İletişim Teorilerine Giriş*, Eğitim Kitabevi Yayınları, Konya, 2002.
- Kahraman, Hasan Bülent, *Postmodernite ile Modernite Arasında Türkiye*, Everest Yayınları, İstanbul, 2002.
- Karadağ, Ruhan- Kolaç, Emine- Ulaş, A. Halim, "Meanings Ascribed to the Concept of by Prospective Turkish-Language Teachers and Their Attitude towards Popular Culture", 3. *Ulusal Çocuk ve Gençlik Edebiyatı Sempozyumu*, haz. Sedat Sever vd., Ankara Üniversitesi Basımevi, Ankara, 2012.
- Karagül, Sedat, "Çocuk Edebiyatı ve Bibliyoterapi", *Çocuk ve Medeniyet Dergisi*, 6, 2018.
- Kılıçbay, Barış, "Bir Teknoloji Söyleminden Parçalar: Enformasyon ve İletişim Teknolojileri Kuramlarına Tarihsel Bakış", der. Mutlu Binark-Bariş Kılıçbay, *İnternet, Toplum, Kültür*, Epos Yayınları, Ankara, 2005.
- Kuşay, Yeliz, *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık*, Beta Yayınları, İstanbul, 2013.
- Oktay, Ahmet, *Türkiye'de Popüler Kültür*. Yapı Kredi Yayınları, İstanbul, 1994.
- Okur Berberoğlu, Emel, "Çocuklar-Ergenler, Medya Bağımlılığı ve Sınıf Dışı Eğitim", *Hasan Ali Yücel Eğitim Fakültesi Dergisi*, 24, 2015.
- Özkan, Hasan Hüseyin, "Popüler Kültür ve Eğitim", *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 14 (1), 2006.
- Postman, Neil, *Çocukluğun Yok Oluşu*, çev. Kemal İnal, İmge Kitabevi, Ankara, 1995.
- Sever, Sedat, *Çocuk ve Edebiyat*, Tudem Yayınları, İzmir, 2013.

Sözen, Edibe, *Söylem: Belirsizlik, Mübadele, Bilgi/Güç ve Refleksivite*, Paradigma Yayınları, İstanbul, 1999.

Zizek, Slavoj, *Gıdıklanan Özne*, çev. Şamil Can, Epos Yayınları, Ankara, 2007.