



The Journal of Academic Social Science Studies

JASSS

International Journal of Social Science

Doi number:<http://dx.doi.org/10.9761/JASSS3334>

Number: 46 , p. 41-58, Spring IV 2016

Yayın Süreci

Yayın Geliş Tarihi / Article Arrival Date - Yayınlanma Tarihi / The Published Date

15.03.2016

25.04.2016

**İLKOKUL ÖĞRENCİLERİNİN TELEVİZYON İZLEME
PRATİKLERİNİN KULLANIMLAR VE DOYUMLAR
YAKLAŞIMI BAĞLAMINDA DEĞERLENDİRİLMESİ
PRİMARY SCHOLL STUDENTS OF EVELUATION TELEVISION MONI-
TORING PRACTICES IN THE FRAMEWORK OF USES AND
GRATIFICATIONS**

Yrd. Doç. Dr. Adem DOĞAN

*Fırat Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü
Tülay ERTAN*

Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi

Öz

Kitle iletişim araçlarından olan televizyon, yeni medyanın gelişimiyle birlikte popülerliğini yitirmiş olsa da, günümüzde hala en çok tercih edilen kitle iletişim araçlarından biridir. Tematik kanalların yaygınlaşmasıyla birlikte özellikle çocuk izleyiciler için televizyon daha da önemli hale gelmiştir. Tematik çocuk kanallarının artmasıyla birlikte bu yönde programların sayısı da artmaya başlamıştır. Seçeneklerin çeşitliliği çocukların izleme alışkanlıklarıyla birlikte tercih ettikleri program türünü de etkilemektedir. Uzmanlaşmış içerik sunan kanallarda, çocukların hayal dünyası dikkate alınarak programlar hazırlanmaktadır. Ancak, burada önemli olan çocukların bu programları hangi motivasyonlarla izlediğidir.

Bu çalışma, çocukların hangi motivasyonlar doğrultusunda ekran başına geçtiği sorunlarından hareketle hazırlanmıştır. "Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı" bağlamında hazırlanan çalışmada, anket tekniği kullanılmıştır. Elazığ ili evreninde, farklı bölgelerden dört ilkokul örneklem olarak belirlenmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgulara göre; örneklem grubunun büyük bir çoğunluğunun günde ortalama 1 ila 2 saat arasında televizyon izlediği, en çok çizgi film ve çocuk programı izlemeyi tercih ettiği, bunun yanında yetişkinlere yönelik dizi filmlerin de çocuklar tarafından takip edildiği tespit edilmiştir. Çocukların eğlenmek, bilgilenmek, rahatlamak ve boş zamanlarını değerlendirmek gibi motivasyonlarla televizyon izlediklerini göstermektedir. Bununla birlikte, çocuklar açısından televizyon izlemenin hayal dünyasını geliştirmek ve eğlendirmek gibi yararları olduğu görülmektedir. Anne-baba çocukların izlediği programların seçimin de ailenin yönlendirme düzeyi %59.2 olarak belirlenmiştir. Bu durumda, aile dışında ki faktörler de çocuğun program tercihinde sürece dahil olabilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Televizyon, Kullanımlar ve Doyumlar Kuramı, Çocuk, Tematik Kanal

Abstract

Television is one of the mass media which is still the most preferred in our day, even

though it has fallen from grace through the development of new media. Television has become more important especially for child audiences with widespreading thematic channels. With the increasing number of these aspects of the program of thematic children's channel has also begun to increase. A variety of options affects their preferred type of program with children's viewing habits. Programs are prepared by considering the imaginary world in the channels that present experted contents. However, the important here is that children who watch these programs with which motivation.

This study has been prepared along with the problem which is in the direction of which motivations the children come to the screen. Survey method is used in the study prepared in the context of "viewpoint of uses and gratifications". Four primary schools from different areas around Elazığ province are specified as sample.

According to findings from research have been identified that the majority of the sample group watching television an average of 1 to 2 hours per day, most prefer to watch cartoons and children's program. Children's watch television by motivations such as having fun, learning, relaxing, and evaluating free times. However, it is understood that watching television has benefits like entertaining and developing of imaginary world. Parents of children in the family level guidance in the selection of the program by followed is determined to be 59.2%. In this case, factors other than families may also be involved in the preferred child program.

Keywords: Television, Uses and Gratifications Theory, Child, Thematic Channel

GİRİŞ

Kitle iletişim araçlarının gelişimiyle birlikte iletişim alanında yapılan araştırmalar diğer toplumbilimlerin rehberliğinde izleyici ve medya arasındaki ilişkiye odaklanmıştır. İletişim alanında ortaya çıkan yaklaşımlardan var olan düzeni meşru göstermeye yönelik üretilen yaklaşımlara ana akım, bu düzene ve düzenin ürettiği iletişim ağlarını eleştirel bir bakış açısıyla ele alan yaklaşımlara ise eleştirel kuramlar denilmektedir.

Kitle iletişim kuramlarının ilk dönemlerinde, etki sorunsalı tarafından sınırları çizilen izler kitle analizi, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile yeni bir boyut kazandı. Medyanın insanlara ne yaptığı sorusundan, insanların medya ile ne yaptığı sorusuna geçiş olarak tanımlanan bu dönüşüm, izler kitlenin üretici ve yaratıcı faaliyetine odaklandı (Özçetin, 2010: 12).

İzleyici üzerine üretilmiş kuramlardan biri olan Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımı, o dönem yapılan araştırmalardan farklı olarak medyanın etkilerine değil izleyicinin hangi gereksinimlerini karşıladığına odaklanmıştır. Yaklaşım o dönem yapılan araştırmaların temeli olan medyanın izleyiciye ne yaptığı sorunsalını, akışın yönünü tersine çevirerek izleyicinin medyayla ne yaptığı şeklinde değiştirmiştir. İzleyicinin etkin olduğunu savunan yaklaşım, kitle iletişim araçlarının izleyiciyi etkilemediğini, izleyicinin bu araçları kendi çıkarları doğrultusunda kullandığını varsaymaktadır.

Türkiye'de 1990'lı yıllardan itibaren yayınlanan özel televizyonlar ve onu takip eden tematik yayıncılıkla birlikte hedef kitlesi çocuklar olan kanallar da açılmaya başlamıştır. Çocuklara yöne-

lik program ve kanallarda doğrudan çocukların iç dünyalarına seslenen uzmanlaşmış içerik sunulmaktadır. Bununla birlikte kitle iletişim araçlarının çeşitlilik kazanması çocukların aile ve okul dışındaki sosyalleşme süreçlerinde de değişime yol açmıştır.

Bu çalışma, iletişim geleneğinde yer alan aktif izleyici modeli olan kullanımlar ve doyumlar çerçevesinde çocuk kanallarındaki programların, çocuklar tarafından hangi motivasyonlarla izlendiği sorunsalından hareketle yapılmıştır. Çocuk izleyicilerin televizyonu hangi motivasyonlarla izlediklerine, televizyon izleme pratiklerine, izleme nedenlerine, hangi tür programları tercih ettiklerine dair bulgulara ulaşmak izleyici çalışmaları açısından önem taşımaktadır.

I. GÖRSEL DOYUM

1.1. Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı

İletişim alanında var olan toplumsal düzeni meşrulaştırma ve sürdürmeyi amaçlayan kuram ve yaklaşımların "anaakım" kuramlar olarak adlandırıldığını ifade eden Yaylagül (2013: 29), mevcut sistemi ve iletişimi eleştirel bir tarzda irdeleyen çalışmaların ise "eleştirel kuramlar" olarak değerlendirildiğini belirtmektedir.

Kitle iletişim kuramlarının ilk dönemlerinde, etki sorunsalı tarafından sınırları çizilen izler kitle analizi, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı ile yeni bir boyut kazandı. Medyanın insanlara ne yaptığı sorusundan, izleyicilerin medya ile ne yaptığı sorusuna geçiş olarak tanımlanan bu dönüşüm, izleyicilerin üretici ve yaratıcı faaliyetine odaklandı (Özçetin, 2010: 12).

Katz'a göre, Kullanımlar ve Doyumlar

Yaklaşımının beş temel varsayımı vardır (Çakır, 2010: 58): İzleyici aktiftir, izleyici inisiyatif sahibidir, medya tek doyum kaynağı değildir, insanlar motivlerinin ve gereksinimlerinin farkındadır, izleyici yönelimleri araştırılırken, medyanın kültürel önemi hakkındaki değer yargıları göz ardı edilmelidir.

İzleyiciyi etken konuma getiren yaklaşım, kitle iletişim araçlarındaki mesaj ne kadar güçlü olsa da, izleyicinin kendi beklentilerine göre seçim yapabilecek bilince sahip olduğunu varsaymaktadır. Yani medyayı sorumluluk almaktan kurtararak aklamakta, tüm sorumluluğu bireye vermektedir. Yaklaşım aldığı eleştiriler sonucu zamanla araştırmalarını, aktif bireyin teknik araçlara ve onların ürünlerine bağımlı olması ve bunun davranışlarda meydana getirdiği sonuçlara doğru değiştirmeye başlamıştır.

Kullanımının asıl ve sınırlı bağlamı ne olursa olsun, bir aracın bu bağlamı yeni ve beklenmedik bağlamlara taşıma gücü vardır. Araç bizi zihinlerimizi düzenleyip dünyaya ilişkin deneyimimizi bütünleştirmeye yönelttiğinden, kendini bilincimize ve toplumsal kurumlarımıza melez biçimlerle kabul ettirmeye çalışır (Postman, 1994: 27).

Medyanın etkileriyle ilgili olarak gerçekleştirilen birçok araştırmada izleyicilerin ilgileri doğrultusunda motivasyonları incelenmiştir. Bu alanda yapılan çalışmalardan biri olan Kullanımlar ve Doyumlar Yaklaşımı izleyicilerin izlemek istedikleri programları bilinçli olarak seçtiklerini ve bu şekilde aktif olduklarını savunmaktadır.

Televizyon bağımlılığına yönelik teorileri değerlendiren Çakır'a göre (2010: 132) bağımlılık, televizyonun düş ve hayal dünyasına yönelik gözü ya da kulağı aldatıcı görüntüler ve sesler üretme tekniğinden kaynaklanmaktadır.

Çocuklar etkiye tepki veren, iyi etkilere iyi davranışlar, kötü etkilere kötü davranışlar geliştiren yetenekli mekanizmalardır. Onlar hakkında önlere sunulan her şeyi alan pasifize edilmiş süngerler oldukları görüşü ve TV okuru oluşlarını küçümser (Akçalı, 2007: 143).

Bir çocuk, herhangi bir nesne hakkında sorduğunuz soruya çoğunlukla kendi temsil dünyalarında sahip oldukları şekillere göre cevap verirler. Çünkü, çocuklar dünyayı ve gördüklerini belli anlatı şekilleriyle yeniden üretirler. İzleme edimi sonrası gerçekleşen bilişsel gelişim, farklı

anlatılar oluşturma, hayal dünyasında yenilikler keşfetme gibi sonuçlar doğuran programlar çoğunun etkinliğini de arttırmaktadır.

Kendi ilgileri doğrultusunda kendilerine sunulan metinleri yeniden kurgulayan çocuklar bu şekilde sosyalleşme süreçlerine de izledikleri program sayesinde aktif olarak katılmaktadırlar.

1.2. Ekranla Doyurulan Zihinler

Söz ve görüntünün bir arada verilmesi televizyonu çocuklar açısından cazip kılan en önemli özelliktir. Günümüzde en çok kullanılan kitle iletişim aracı olarak televizyonun olumlu ve olumsuz birçok etkileri vardır. Birebir deneyimlemek, yaşamak en etkili öğrenme yoludur. Oysa televizyon karşısında bilgi edinmeye çalışan çoğunun bu şekilde bir etkileşimi söz konusu değildir. Belirli sayıda programların izlenmesi ve izlenme süresinin kısıtlanması, televizyonun olumlu etkilerinin gerçekleşmesine katkı sağlayabilir. Çocuğa belirli doyumlar sağlasa da tek taraflı bir etkinlik olması, onu bilgileri olduğu gibi ve bir uğraş içine girmeden almaya alıştırmaktadır.

Günümüzde kent yaşamı ve teknolojinin sunduğu yaşam biçimleri çocukların gelişim doğalarına aykırı koşulları oluşturarak çocuklarda problem davranışlara neden olabilmektedir. Çocuklar yaparak yaşayarak deneyerek öğrenirler, üretken olurlar. Günümüzde 'Çocuklara Nasıl Öğretiriz?' anlayışı yerini, çocuğun gelişim doğasına cevap veren, 'Çocuklar Nasıl Öğrenir?' anlayışına bırakmıştır (Akçalı, 2007: 77).

Kitle iletişim araçlarının inkâr edilemez gücü, bir yanda bilgiye kolay erişimi sağlasa da diğer yandan içeriğinin yetişkinler tarafından üretilmesi nedeniyle çocuklar açısından sorunlu hale gelebilmektedir. Özellikle kitle iletişim araçlarından görselliğiyle en çok takip edilen televizyon eğlenceli sunumlarıyla ve dikkat çekici programlarıyla çocuklar tarafından tercih edilmektedir. "Söz konusu masalsi dünyaya en kolay davet edilen kesimde ise, çocuklar yer almaktadır. Çocuklar görsel ağırlıklı bir dünyaya doğduklarından, toplumsallaşma süreçlerinde okul, aile ve çevreden ama en çok da görselliğin temel oluşturduğu televizyondan etkilenmektedir" (Akçalı, 2007: 194). Televizyon etkili, yaygın ve kolay ulaşılabilir bir medya aracı olarak izleyicisi üzerinde alışkanlık ya da bağımlılık kurma düzeyinde de bir etkiye sahiptir. Televizyonunun kolay ulaşılabilir olması çocukların izleme alışkanlığı kazanmasını ve birer "medya

tüketicisine" dönüşmesini aynı oranda kolaylaştırır (Leblebici Koçer vd., 2012:869).

Günümüzde medyayla ilgili yapılan tartışmalardan en önemlisi de çocukluğu hızlandırılmış bir şekilde ürettiği noktasındadır. Tüm çocuklar çocukluk dönemini yaşayarak bir diğer dönem olan ergenliğe geçiş yapmaktadırlar. Ancak her jenerasyon, içinde bulunduğu kültüre göre şekillenerek bunu gerçekleştirmektedir. Bu geçişin ne şekilde ve hangi kültürel kalıplarda gerçekleştiği çocuğun sonraki yaşantısını etkileyecek içeriğe sahiptir.

Vaktinden önce birçok bilgiye ulaşması ve bu bilginin çoğunlukla çocuğun dünyası dikkate alınmadan hazırlanıp sunulması tehlike olarak görülmektedir. "Postman, televizyon aracılığı ile çocukların, yetişkin dünyasına ait parasal, toplumsal ve cinsel ilişkilere, kavga, çatışma ve şiddet olaylarına, hastalık ve ölümlle ilgili 'sırlar'a maruz kaldığına, bunun ise çocukluğun yok oluşu anlamına geldiğine işaret eder." (Akçalı, 2007: 133).

Belli gelişim evrelerinden oluşan çocuklukta her evrenin yeterli doyuma ulaşarak gerçekleşmesi gerekmektedir. Çocukluk döneminde bu evrelerin çok hızlı bir şekilde gerçekleşmesi çocuğu olması gerektiğinden daha fazla bilgiyle ve görselliğin verdiği doyumlarla karşı karşıya bırakmaktadır. Vaktinden önce gerçekleşen doyumlar, çocuğun yaşından önce gelişerek çocukluğunu kaybetmesine neden olabilmektedir.

Postman (1995: 104), televizyon'un çocuklukla yetişkin dönemi arasında üç şekilde aşındırmaya neden olduğunu söylemektedir: "Birinci olarak TV, biçimini anlamayı sağlayacak bir eğiti gerektirmez. İkinci olarak TV, gerek zihinden gerekse de davranışlardan karmaşık istemlerde de bulunmaz. Üçüncü olarak TV, izleyicisini ayrıma tabi tutmaz".

Yetişkinlerin ürettiği ve tüketime odaklı medyanın özellikle televizyon'un ne derece çocukların öznel dünyalarına seslenebildiği ve hangi toplumsal işlevi gerçekleştirdiği tartışma konusudur.

Baudrillard'ın (2001: 91) belirttiği gibi, bebeklikle yetişkinlik arasındaki bir ara dönem olarak çocukluk yeni bir evrim sürecinin içinde kaybolma tehlikesiyle karşı karşıyadır. "Çocukluk, dünyasındaki şüursel yanılmanın son kalelerinden biriydi."

1.3. Tematik Yayıncılık

Tematik yayıncılık belli bir izleyici kitlesini hedef alan, belirli konularda uzmanlaşmış yayın anlayışını tanımlamaktadır.

3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınlar Hakkında Kanun'un 3. maddesinde Tematik kanal, "Haber, belgesel, spor, müzik ve benzeri türlerde olmak üzere yalnızca belli bir konuda yayın yapan kanal" olarak tanımlanmaktadır (Resmi Gazete, 1994).

1990 yılından itibaren yaygınlaşan özel televizyon kanallarıyla birlikte, belli alanda ve belirli bir hedef kitleye yönelik yayın yapan tematik kanallarda da artış görülmüştür. İlk tematik çocuk kanalları 1997 yılında açılmıştır. Takip eden yıllarda uzman içerikle hazırlanan çocuk kanal sayısında da artış olmuştur. Tematik kanalların 24 saat yayın yapması, çocukların istedikleri her an bu programlara ulaşarak televizyon izlemelerini kaçınılmaz hale getirmiştir.

Öztürk'e göre (2002: 65), televizyon başında saatlerini geçiren çocuklar, oyunlarından, arkadaşlık ilişkilerinden yoksun kalmakta, okuma alışkanlığı körelerek düşünme yeteneğini baltalanmaktadır. "Çocuklara yönelik kanal sayısının artmasıyla birlikte televizyonun etkilerine yönelik tartışmalar bu yöne kaymıştır. Bazı bilim adamları bu tür yayınların, çocukların seviyesinde yapılmasından dolayı yararlı olduğunu ifade ederken, bazı bilim adamları ise çocuğun televizyon izleme süresinin ve bağımlılığının arttığını ileri sürmüşlerdir" (Doğan ve Göker, 2012: 10).

2. METODOLOJİ VE BULGULAR

2.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımına göre kitle iletişim araçları toplum üzerinde her ne kadar büyük bir etkiye sahip olsa da bu etkileri izleyiciler kendisi belirlemektedir. İzler kitlenin beklentilerine göre hazırlanıp sunulduğu iddia edilen içerikler, onlarda çeşitli doyumlar oluşturmakta ve bunun sonucunda bir programın devamlılığı sağlanmaktadır. Bu bağlamda, geniş bir izleyici kitlesine sahip olan tematik çocuk kanalları ve çocukların televizyonla olan ilişkileri önem kazanmaktadır.

Çocukların izleme alışkanlıklarını ve motivasyonlarını somut verilere dayanarak ortaya koymak, bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Edindiğimiz bulgular sonucunda bu program içeriklerinin ne gibi doyumlar sağladığına ulaşarak, çocuklar üzerinde yaptığı olumlu-olumsuz etkiler de ortaya konulabilecektir. Çalışmanın önemi, televizyonun ilkökul çocukları için sağladığı motivasyonları somut verilerle ortaya koyması-

dır. Ayrıca yaptığımız literatür taraması sonucunda, kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı doğrultusunda hedef kitlesi kadınlar, gençler ve karma izleyici profilleri olan birçok çalışmaya ulaşıldığı halde çocuklar üzerinde yapılmış bir araştırma bulunmaması, bu çalışmayı önemli kılmaktadır.

2.2. Araştırmanın Yöntemi

Sosyal bilimlerde kullanılan nicel araştırma yöntemleri genellenebilir ve değişkenlerin kesin sınırlarıyla saptanıp bunlar arasındaki ilişkilerin ölçülebilir olması özellikleriyle araştırmaya dışardan bakar ve nesnel bir tavır geliştirir (Şimşek, 2005:55).

Çalışmada, sosyal bilimlerde somut veriler elde etmekte sıkça tercih edilen alan araştırması yöntemi esas alınarak, araştırmadan elde edilen veriler yüz yüze anket tekniği ile toplanmıştır. Bu çerçevede öncelikle literatür taramasının ardından teorik kısım ve yine mevcut literatür ile güncel değerlendirmeler ışığında anket formu hazırlanmıştır. Anket formu öncelikli olarak 10 kişilik kont-

rol grubuna uygulanmış, gerekli görülen düzeltmeler yapıldıktan sonra örneklem grubuna uygulanmıştır.

“Anket yönteminin temelini, bir evren ya da örnekleme oluşturan birimlerden sistematik biçimde bilgi elde edebilmek oluşturur. Bu amaçla, yazılı ya da sözlü sorular sorarak bunların yanıtlarına ulaşmaya çalışılır” (Odabaşı, 1999: 81). Elde ettiğimiz veriler SPSS 16,0 programı ile analiz edilmiştir. Sonuçlar bu analizlere dayanılarak yorumlanmıştır.

2.3. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Çalışmada evren, Elazığ ili ilkokul öğrencileri olarak belirlenmiştir. Bu kapsamda Gönül İhsan Tangülü İlkokulu, Fevzi Çakmak İlkokulu, Lütfullah Bilgin İlkokulu ve Yakup Şevki Paşa İlkokulu öğrencilerinden tesadüfi örneklem yöntemiyle 600 kişilik bir örneklem grubuna ulaşılmış, geçersiz anket formlarının çıkarılması sonucunda 584 anket analize tabi tutulmuştur. Çalışma 2, 3 ve 4. sınıflarla sınırlandırılmıştır.

2.4. Bulguların Analizi

Tablo 1: Katılımcıların Sınıfları

	F	%
2. sınıf	191	32,7
3. sınıf	198	33,9
4.sınıf	195	33,4
Toplam	584	100,0

Araştırmamıza katılan 584 öğrencinin (%33,4) 4. sınıf öğrencisidir. Anket için belirlenen 2, 191'i (%32,7) 2. Sınıf, 198'i (%33,9) 3. Sınıf, 195'i 3 ve 4. sınıflardan eşit sayıda örneklem alınmıştır.

Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyeti

	F	%
Erkek	311	53,3
Kız	273	46,7
Toplam	584	100,0

Ankete katılan toplam 584 katılımcının oluşmaktadır. 311'i (%53,3) erkek, 273'ü (%46,7) kız öğrenciden

Tablo 3: Katılımcıların Velilerinin Meslekleri

	F	%
Memur	148	25,3
İşçi	150	25,7
Esnaf	68	11,6
Ev hanımı	84	14,4
Emekli	10	1,7
Serbest Meslek	60	10,3
Diğer	64	11,0
Toplam	584	100,0

Öğrencilerin velilerinin meslekleri dağılımında 148 kişi (% 25,3) memur, 150 kişi (% 25,7) işçi, 68 kişi (% 11,6) esnaf, 84 kişi (% 14,4) ev hanımı, 10 kişi (% 1,7) emekli, 60 kişi (% 10,3) serbest

meslek, 64 kişi (% 11,0) diğer meslek grubundan oluşmaktadır. Diğer meslek grubu içinde mühendis, öğretmen, özel kurum yöneticisi, pazarlamacı gibi meslekler belirtilmiştir.

Tablo 4: Ailelerin Gelir Durumuz

	F	%
0-900	106	18,2
901-1500	198	33,9
1501-2000	81	13,9
2001-2500	107	18,3
2500 ve üstü	92	15,8
Toplam	584	100,0

Ailelerin gelir durumu dağılımında 0-900 TL arası 106 kişi (% 18,2), 901-1500 TL arası 198 kişi (% 33,9), 1501-2000 TL arası 81 kişi (% 13,9), 2001-2500 TL arası 107 kişi (% 18,3), 2001 TL ve üstü 92

kişi (% 15,8) olarak görülmüştür. Örneklem grubumuzdaki öğrencilerin yarısını aşkın bölümünün orta gelir düzeyinin altında olduğu görülmektedir.

Tablo 5: Anne/Babanın Çalışma Durumu

	F	%
Her ikisi de çalışıyor	122	20,9
Sadece Baba Çalışıyor	440	75,3
Sadece Anne Çalışıyor	8	1,4
İkisi de Çalışmıyor	14	2,4
Toplam	584	100,0

Anne-Babanız çalışıyor mu? sorusunun durum dağılımı şu şekildedir: 122 kişi (% 20,9) her ikisi de çalışıyor, 440 kişi (% 75,3) sadece Baba çalışıyor, 8 kişi (% 1,4) sadece Anne çalışıyor, 14

kişi (% 2,4) ikisi de çalışmıyor olarak görülmüştür. Sadece Babanın çalıştığını belirten öğrenci sayısı katılımcıların dörtte üçünü oluşturmaktadır.

Tablo 6: Kardeş Sayısı

	F	%
1	351	60,1
2	174	29,8
3	45	7,7
4	11	1,9
5	1	,2
Yok	2	,3
Toplam	584	100,0

“Kardeşiniz var mı, varsa kaç kardeş?” öğrencinin (% 29,1) iki kardeşi, 45 öğrencinin (% 7,7) 3 kardeşi bulunduğu, 12 öğrencinin (% 2,1) ise 3’den fazla kardeşi olduğu görülmüştür. sorusunun dağılımında 2 öğrencinin kardeşinin olmadığı, 351 öğrencinin (% 60,1) bir kardeşi, 174

Tablo 7: Düzenli Olarak Televizyon İzleme Durumu

	F	%
Evet	434	74,3
Hayır	150	25,7
Toplam	584	100,0

Televizyonun düzenli olarak izlenmesi, izleyicinin beklentilerini karşıladığını ve çeşitli doyumlar sağladığını göstermektedir. Düzenli izlenmemesi ise takip edilen bir kanal veya program olmadığına ve kısa süreli izlendiğine işaret etmek-

tedir. Katılımcıların büyük bir bölümü (% 74,3) düzenli olarak televizyon izlediği, bir kısmının ise (% 25,7) düzenli olarak televizyon izlemediği görülmüştür.

Tablo 8: Günde Ortalama Televizyon İzleme Süresi

	F	%
Bir saatten az	174	29,8
1 Saat	223	38,2
2 Saat	125	21,4
3 Saat	24	4,1
4 Saat	38	6,5
Toplam	584	100,0

Eğitim hayatının ilk evresi olan ilkokul çağındaki çocukların televizyon izleme sürelerinin uzun olması çeşitli sorunlara yol açabilmektedir. İlkokul öğrencilerine uyguladığımız anket sonucunda 174 öğrencinin (% 29,8) bir saatten az, 223 öğrencinin (% 38,2) bir saat, 125 öğrencinin (% 21,1)

iki saat, 24 öğrencinin (% 4,1) üç saat, 38 öğrencinin ise (% 6,5) dört saat günlük ortalama televizyon izledikleri görülmüştür. Televizyon karşısında geçirdikleri zaman açısından değerlendirildiğinde yüksek oranda öğrencinin iki saat ve altında televizyon izlediği görülmektedir.

Tablo 9: Televizyonun İzlendiği Saatler

	F	%
8:00-10:00	199	34,1
10:01-13:00	118	20,2
13:00-17:00	119	20,4
17:01-20:00	82	14,0
20:01-22:00	52	8,9
22:01'den sonra	14	2,4
Toplam	584	100,0

Televizyonun daha çok hangi saatlerde izlendiği sorusuna verilen cevaplar, çocukların okulda buldukları saatlere göre değişmektedir. Katılımcıların ortalama olarak yarısı (%54,3) sabah saatlerinde, diğer yarısı ise öğle, akşam ve gece

saatlerinde televizyon izlediği görülmektedir. 20:00 ve sonrası saatlerde ise katılımcıların sadece %11,3'ü televizyon izlemektedir. Saat 20:00 sonrası izlenme oranının düşük olması olumlu bir bulgudur.

Tablo 10: Televizyonda İzlenen Programlar

	F	%
Çizgi Film	206	35,3
Çocuk Programları	169	28,9
Filmler	65	11,1
Yarışma programları	31	5,3
Spor Programları	57	9,8
Müzik Programları	19	3,3
Belgeseller	37	6,3
Toplam	584	100,0

Tematik çocuk kanallarının artmasıyla birlikte bu yönde programların sayısı da artmaya başlamıştır. Seçeneklerin çeşitliliği çocukların izleme alışkanlıklarıyla birlikte tercih ettikleri program türünü de etkilemektedir. İlkokul çocuklarına yönelik olarak hazırlanan anketimizde yanıtların çizgi film yönünde artış göstermesi de kaçınılmazdır. Bulgularda % 64,2 oranıyla daha çok çizgi film ve çocuk programlarının tercih edildiği görülmek-

tedir. Çocuklar için üretilen çizgi film ve programlar onların dünyalarına özel hazırlanarak, gelişmelerine katkı sağlayabilmektedir. Ancak film, yarışma, spor ve müzik programlarının izlenme oranının (%29,5) toplamda hayli yüksek olduğu görülmektedir. Genellikle büyükler için hazırlanan programların çocuk tarafından da izlenmesi, onların sosyal ve psikolojik gelişimine olumsuz etki yapabilmektedir.

Tablo 11: En Çok İzlenen Tematik Çocuk Kanalları

	F	%
TRT Çocuk	212	36,3
Cartoon Network	175	30,0
Disney Channel	149	25,5
Yumurcak TV	27	4,6
Disney XD	9	1,5
Maxi TV	8	1,4
Toplam	581	99,5

Çocukların izlemeyi tercih ettikleri kanalların başında TRT Çocuk (%36,3) kanalının geliyor olması karasal yayın yapıyor olmasıyla bağlantılıdır. Bu şekilde daha çok izleyiciye ulaşması mümkün olmaktadır. Yerli bir kanalın daha çok izlenmesi gelişim çağında olan çocukların kendi kültürel yapılarına uygun yapımları izlemesi açısından olumlu bir durumdur. Ancak yabancı kaynaklı

olan Carton Network (% 30,0) ve Disney Channel (% 25,5) kanallarının da izlenme oranının yüksek olduğu görülmektedir. Bu kanallarda yayınlanan programlarda kültürümüze uygun olmayan ve şiddete yönelik içeriklerin bulunduğu bilinmektedir. Yapılan araştırmalar ileriki yaşlarda görülen şiddet eğiliminde kitle iletişim araçlarının büyük rolü olduğunu göstermektedir.

Tablo 12: Çocuk Kanallarında En çok İzlenen Programlar

	F	%
Keloğlan	76	13
Benten	60	8,8
Fineas ve Förd	43	7,5
Doreman	40	6,9
Gameboll	31	5,3
Rafadan Tayfa	31	5,3
Esrarengiz Kasaba	19	3,3
Niago	19	2,7
Harika Kanatlar	16	2,7
Çirkin Ördek	15	2,6
Sürekli Dizi	15	2,6
Kuzucuk	14	2,4
Pepee	12	2,1
Arımaya	11	1,9
Cille	11	1,9
Sofia	11	1,9
Betmen	10	1,7
Örümcek Adam	10	1,7
Yedi Cüceler	10	1,7
Köstebekgiller	9	1,6
Miki Fare	6	1,1
Regular	4	0,7
Canım Kardeşim	3	0,5
Elementary	3	0,5
Mr Bean	3	0,5
Oggy	3	0,5
Orman Kitabı	3	0,5
Winks	3	0,5
Zero	3	0,5
Biz İkimiz	2	0,3
Diğer	9	1,6
Cevapsız	91	15,6
Toplam	584	100,0

En çok izlenen çocuk programının % 13 oranı ile TRT Çocukta yayınlanan ve yerli bir yapım olan Keloğlan adlı çizgi filme ait olduğunu Tablo 12’de görmekteyiz. Yerli bir yapımın daha çok izlenmesi çocukların kendi sosyo-kültürel yapılarına uygun, sağlıklı bir gelişim açısından önemlidir. Şiddet öğelerinin kullanılmadığı ve genellikle çocuk dünyasına ait öğelerin kullanıldığı Keloğlan adlı programın daha çok tercih edilmesinin bir nedeni de TRT Çocuk kanalının kablolu

yayın yapmasıyla da ilgilidir. İkinci olarak en çok izlenen programın % 8,8 oranıyla, ABD kaynaklı Carton Network’te yayınlanan BenTen adlı çizgi film olduğu görülmektedir. Bu çizgi filmde uzay ve uzaylı karakterlerin olduğu ve şiddet içeren sahnelerin de yer aldığı bilinmektedir. Bu ve benzeri programlar ve filmler çocukların gerçekte kurguyu ayırt edemeyen hayal dünyalarına zarar vermektedir.

Tablo 13: Çocuk Kanallarını İzlemede Görülen Yararlar

	F	%
Hayal dünyamı geliştiriyor	169	28,9
Eğlendiriyor	154	26,4
Hayal Dünyamı Geliştiriyor	73	12,5
Bilgilendiriyor	54	9,6
Eğitiyor	34	5,9
Haberdar ediyor	8	1,4
Geliştiriyor	3	,5
Derslerime yardımcı oluyor	3	,5
Yararı Yok	35	6,0
Fikrim yok	49	8,4
Toplam	584	100,0

Çocuklar için görsel unsurlar hayal dünyalarını geliştirmek açısından önem taşımaktadır. Bunun bilincinde olarak hazırlanan televizyon programları çocukların ilgisini çekmektedir. Herhangi bir obje yetişkinin bakışıyla farklı bir anlam taşıyabilir ancak çocuğun ona bakışı ve hayal dünyasında konumlandırması çok farklı boyutlarda olabilmektedir. Bu açıdan hazırlanan içeriklerin çocukların hayal dünyalarını yok etmemesine

dikkat edilmelidir. Çocuk kanallarını izlemenin ne tür yararlarını görüyorsunuz sorusuna verilen yanıtlarda katılımcıların % 28,9’u hayal dünyamı geliştiriyor seçeneğinin bulunması da bunun göstergesi olmaktadır. Diğer yandan katılımcıların % 26,4’ü ise televizyonun eğlendirdiğini düşünmektedir. Günümüzde ailelerin televizyonu çocuk bakıcısı gibi kullandıkları göz önünde bulundurulduğunda bu sonuç hiç de şaşırtıcı olmamaktadır.

Tablo 14: Televizyon kimlerle izleniyor?

	F	%
Ailemden biriyle izliyorum	337	57,7
Yalnız izliyorum	217	37,2
Arkadaşlarımla izliyorum	12	2,1
Cevapsız	18	3,1
Toplam	584	100,0

Televizyonun olumsuz yönleri olduğu kadar olumlu ve faydalı yönleri olduğu da inkâr edilemez. Ancak faydalı ve olumlu sonuçlar alınabilmesi izlenme süresinin sınırlandırılmasına ve

hangi izlenen programların bir büyüğü tarafından belirlenmesine bağlı olduğu belirtilmektedir. Televizyonu kimlerle izliyorsunuz sorusuna katılımcıların yarısından fazlasının aileden biriyle izliyorum

(%57,7) diye yanıt vermesi olumlu olmakla birlikte, sek olduğu görülmektedir. yalnız izleyenlerin sayısının da (%37,2) hayli yük-

Tablo 15: İzlenen Çocuk Kanalları ve Programlarını Tercihinde Anne-Babanın Yönlendirme Durumu

	F	%
Evet	346	59,2
Hayır	218	37,3
Total	564	96,6
Cevapsız	20	3,4
Toplam	584	100,0

İlkokul çağındaki çocukların kolaylıkla etki altında kaldıkları bilinen bir gerçektir. Televizyonun sosyal ve psikolojik gelişime katkı sağlama-sı, ailelerin çocuğu bu yönde programlara yönlendirmesiyle mümkün olabilir. Katılımcıların (%59,2'si Anne-Baba yönlendirmesiyle kanal ve program tercih ettiği, % 37,3'sinin ise yönlendirme olmaksızın seçim yaptığı görülmektedir.

İlkokul çocuklarının, hangi motivasyonlarla televizyon izlediklerini tespit etmek maksadı-yla hazırladığımız 5'li likert ölçeğindeki yargıların frekansları ve yüzdelik dilimleri Tablo 16-17-18-19-20'de verilmiştir. Oluşturduğumuz yargılara verilen yanıtlar sonucunda elde edilen bulgular, beş farklı motivasyon üzerinden yorumlanmıştır.

Tablo 16: Eğlendirme Motivasyonu Durum Dağılımı

		Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Eğlendirme Motivasyonu						
Televizyon izlemek beni eğlendiriyor	F	297	159	43	33	49
	%	50,9	27,2	7,4	5,7	8,4
Televizyon izleyince rahatlıyorum	F	197	140	97	55	91
	%	33,7	24	16,6	9,4	15,6
Televizyon izleyince mutlu oluyorum	F	206	164	95	65	50
	%	35,3	28,1	16,3	11,1	8,6
Televizyon izlerken hoşça vakit geçiriyorum	F	236	190	56	37	61
	%	40,4	32,5	9,6	6,3	10,4
Televizyon izleyince dinleniyorum	F	252	138	68	50	72
	%	43,2	23,6	11,6	8,6	12,3

Eğlendirme motivasyonu için hazırladığımız beş yargı sonucunda, çocukların büyük bir bölümü televizyonu eğlenceli olarak değerlendirmektedir. Televizyon izlemek beni eğlendiriyor yargısına katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranı % 78,1'dir. Bu oran araştırmaya katılanların dörtte üçünü oluşturmaktadır. Televizyonun rahatlattığı yargısına katılanların oranı % 57,7; katılmayanlar oranı ise % 25,0'dır. Televiz-

yon izlemenin çocukları rahatlaması, onların sosyal hayatlarında ulaşamadıkları doyumlara televizyon sayesinde ulaştıklarını göstermektedir. Televizyon izleyince mutlu olduğu yargısına katılanların oranına (% 63,4) baktığımız zaman ciddi bir oranla karşılaşmaktayız. Katılmayanların oranı ise % 19,7'dir. Çocuğun normal şartlarda daha somut şeylerle mutlu olması gerekirken televizyon izleyerek mutlu olması dikkat çeken bir bulgudur. Ancak

izlenen programların hayal dünyalarına hitap etmesi ve onları eğlendirmesi onların mutlu olmasını sağlamaktadır. Televizyon izlerken hoşça vakit geçirdikleri yargısına katılanların oranı % 72,9 yine en yüksek rakamlardan biridir. Bu da yine hayal dünyalarını geliştirmesiyle doğru orantılıdır. Televizyon izlemek beni dinlendiriyor yargısına katılanların oranı % 66,8, katılmayanların oranı ise %

20,9'dur. Çoğunlukla okul dönüşü televizyonun izlendiği için dinlendirdiği yargısına katılmaları doğaldır. Diğer yargılar da ortalama aynı durum dağılımını vermektedir. Elde ettiğimiz bulgulara dayanarak çocukların televizyon izlemekten mutlu oldukları, izlerken eğlendikleri ve hoşça vakit geçirdikleri yargısına varılmaktadır.

Tablo 17: Bilgilendirme Motivasyonu Durum Dağılımı

		Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Bilgilendirme motivasyonu						
Televizyon beni bilgilendiriyor	F	196	124	98	60	102
	%	33,6	21,2	16,8	10,3	17,5
İlgilendiğim konularda bilgi sahibi olmamı sağlıyor	F	217	138	93	49	84
	%	37,2	23,6	15,9	8,4	14,4
Ülkemiz hakkında bilgilenmemi sağlıyor	F	217	115	88	35	125
	%	37,2	19,7	15,1	6	21,4
Derslerimle ilgili bilgilenmemi sağlıyor	F	182	93	85	91	129
	%	31,2	15,9	14,6	15,6	22,1
Farklı ülkeler ve kültürler hakkında bilgilenmemi sağlıyor	F	252	132	74	38	84
	%	43,2	22,6	12,7	6,5	14,4

Bilgilendirme motivasyonunu tespit etmek amacıyla hazırladığımız yargılar sonucunda katılımcıların büyük bir bölümü bilgilendirici olduğu yönünde yanıtlar vermiştir. Televizyon beni bilgilendiriyor yargısında katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenler ankete katılanların yarısını teşkil etmektedir. İlgilendikleri konularla ilgili olarak bilgilendirdiğini düşünen katılımcıların oranı % 60,8' dir. Tematik kanalların uzmanlaşmış içerikler hazırlıyor olmaları çocukların ilgi alanlarına giren programları tercih ederek bu yönde bilgilenmelerine katkı sağlamaktadır. Çocukların televizyon izlerken hem eğlenip hem de bilgi sahibi olmaları, ailelerin ve uzmanların ulaşmak istediği

bir hedeftir. Kendi ülkeleri hakkında bilgi sahibi olmaları, farklı ülkeler ve kültürleri tanımları önemlidir. Bu yönde oluşturduğumuz yargılara, çocukların yüksek oranda katılıyor olması televizyonun çeşitli boyutlardan bilgilendirme işlevini yerine getirdiğini ve çocukların bu motivasyonla televizyon izlediklerini göstermektedir. Bilgilendirme motivasyonu doğrultusunda oluşturduğumuz "Derslerimle ilgili bilgilenmemi sağlıyor" yargısına katılan % 47,1; katılmayan %37,7 oranlarının birbirine yakın düzeyde olduğu görülmektedir. Bu sonuç çocuk kanallarında derslere yönelik programların da yapılması gerektiğini gösteren bir bulgudur.

Tablo 18: Sosyalleşme Motivasyonu Durum Dağılımı

		Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Sosyalleşme motivasyonu						
Aile üyeleri ve arkadaşlarla bir arada olmamızı sağlıyor	F	217	107	64	72	121
	%	37,2	18,3	11	12,3	20,7
Arkadaşlarımla bir arada iken konuşacak şeyler sağlıyor	F	201	127	66	72	114
	%	34,4	21,7	11,3	12,3	19,5
TVdeki çizgi film kahramanlarını örnek almamı sağlıyor	F	185	118	104	67	106
	%	31,7	20,2	17,8	11,5	18,2
İnsanları etkilememi sağlayan bilgiler edinmemi sağlıyor	F	206	109	84	61	120
	%	35,3	18,7	14,4	10,4	20,5

“Ailemle ve arkadaşlarımla bir arada olmamı sağlıyor” yargısına katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum diyenlerin oranının (% 55,5), toplam katılımcıların yarısından fazla olduğu görülmektedir. “Arkadaşlarımla konuşacak şey bulmamı sağlıyor” yargısına katılan oranının (%56,1) yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılmayan oranının ise (% 31, 8) olduğu görülmektedir. Elde edilen bu sonuç, çocukların televizyonla olan ilişkilerinin sadece ekran başındayken olmadığı, arkadaşlarıyla birlikte onlarla konuşacak şey bulma konusunda da televizyonun etkisinin devam ettiğini göstermektedir. Çocukların en belirgin özelliklerinden biri de televizyonda gördükleri çizgi film kahramanlarını örnek almalarıdır. Bu açıdan çizgi filmlerde kullanılan karakterlerin seçimine çok

dikkat edilmesi gerekmektedir. Ankete katılan öğrencilerin % 51,9’u, televizyonun çizgi film kahramanlarını örnek almasını sağladığını belirtmiştir. Bu yargıya katılmayan öğrenci oranı ise % 29,7’dir. Çocuklar için başkalarının dikkatini çekmek önemlidir. Ailesi tarafından fazla ilgi görmeyen çocuklar, farklı yöntemler kullanarak dikkatleri toplamaya çalışırlar. “Televizyon insanları etkilememi sağlayacak bilgiler edinmemi sağlıyor” yargısına katılımcıların % 54,0’ı katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum derken; %30,9’u ise katılmıyorum ve kesinlikle katılmıyorum yanıtı verdiği görülmüştür. Dört yargı cümlesine ilkökul öğrencilerinin verdikleri yanıtlara bakarak, televizyon izlemenin sosyalleşmeye katkı sağladığı yargısına ulaşılmaktadır.

Tablo 19: Rahatlama Motivasyonu Durum Dağılımı

		Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Rahatlama motivasyonu						
Televizyon yalnızken bana arkadaşlık ediyor	F	234	134	52	33	127
	%	40,1	22,9	8,9	5,7	21,7
Televizyon yalnızlığımı gideriyor	F	188	172	65	49	106
	%	32,2	29,5	11,1	8,4	18,2
İzlediğim filmleri yardımlaşma-paylaşma duygularımı geliştiriyor	F	253	129	73	44	81
	%	43,3	22,1	12,5	7,5	13,9

Okuldaki sorunlardan uzaklaşmamı sağlıyor	F	170	82	99	56	173
	%	29,1	14	17	9,6	29,6
Arkadaşlık ilişkilerimi geliştirmeme katkı sağlıyor	F	185	116	86	62	131
	%	31,7	19,9	14,7	10,6	22,4

Yalnızlık, çağımızın en büyük sorunlarından biridir. Yediden yetmişe her insanın şikayet ettiği bir sorun olan yalnızlığın ve paylaşma olgusunun çocuklar açısından da sorun teşkil ettiği bilinmektedir. “Televizyon bana yalnızken arkadaşlık ediyor” yargısına katılanların toplamda oranı % 63,0, katılmayanların ise % 27,4 olduğu görülmektedir. Televizyonun yalnızlığını giderdiğine katılanların oranı % 61,7 iken, katılmayanların oranı % 26, 6’dır. “Televizyonun arkadaşlık ilişkilerini geliştirdiğine” katılanların oranı % 51,6; katılmayanların oranının ise % 33,0 olduğu tespit edilmiştir. Bu bulgular doğrultusunda televizyonun, çocuklara arkadaşlık yaparak yalnızlığını giderdiği kadar, yeni arkadaşlar edinmesine de katkı sağladığını göstermektedir. Ancak fazla tele-

vizyon izlemenin çocuklarda sosyalleşmeyi azalttığını ve dışarda arkadaşlarıyla oynamak yerine televizyon başında olmayı tercih etmesinin başka sorunlara yol açabileceği göz ardı edilmemelidir. Ailelerin bu yönde dikkatli davranması ve çocuğun televizyonla olan ilişkisini düzenlemeleri gerekmektedir. “Okuldaki sorunlardan uzaklaşmamı sağlıyor” yargısına katılımcıların % 43’ü katılırken, % 39, 2 katılmamaktadır. “ Yardımlaşma duygularının gelişmesine katkı yaptığı” yargısına katılan öğrencilerin oranı % 65, 4 iken, katılmayanların oranı (% 21,4)tür. Yardımlaşma duygularını geliştirerek daha çok paylaşım yapmasını sağlaması televizyonun çocuklar üzerindeki olumlu bir etkisidir.

Tablo 20: Boş zaman Motivasyonu Durum Dağılımı

		Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
Boş zaman motivasyonu						
TV Boş zamanlarımı değerlendirmemi sağlıyor	F	240	118	75	35	112
	%	41,1	20,2	12,8	6	19,2
TV izlemek benim için bir alışkanlıktır	F	151	84	101	74	170
	%	25,9	14,4	17,3	12,7	29,1
Her zaman karşımda açık olduğum için izliyorum	F	124	95	73	102	186
	%	21,2	16,3	12,5	17,5	31,8
Canım sıkıldığında TV izliyorum	F	274	119	68	39	81
	%	46,9	20,4	11,6	6,7	13,9
Televizyon aile içinde sıkıldığımda beni rahatlatıyor	F	220	124	67	58	111
	%	37,7	21,2	11,5	9,9	19

Katılımcıların televizyonun boş zamanlarını değerlendirmemi sağlıyor yargısına katılanlar oranı % 61, 3; katılmayanlar oranı ise % 25,2’dir. Televizyonun boş zaman aktivitesi olarak görülmesi, boş zaman kavramına çocukların ne anlam yüklediğine de bağlı olmakla birlikte, büyük oranda bu yargıya katılıyor olmaları televizyonla fazla zaman

geçirdiklerini göstermektedir. Ancak ikinci yargı olan “TV izlemek benim için alışkanlıktır” cümlesine verilen yanıtlar birbirine yakın olsa da, katılmayanların oranının yüksek olduğu tespit edilmiştir. Katılan oranının % 40,3; katılmayan oranının ise % 41,8 olması, çocukların televizyonu alışkanlıktan öte sadece boş zamanlarını değerlendirmek için

izlediklerini göstermektedir. “Çocukların her zaman açık olduğu için televizyon izlendiği” yargısına ise büyük oranda katılmadıkları tespit edilmiştir. Bu yargıya katılanların oranı % 37, 5 iken, katılmayanların oranı % 49, 3’tür. “ Canım sıkıldığında TV izliyorum” yargısına büyük oranda katılıyorum (% 67,3) diye yanıt verilmiş olması çocukların boş zamanlarını değerlendirmek konusunda sıkıntı yaşadıklarını ve yapacak başka bir aktivite olmadığı için televizyona yöneldiklerini göstermektedir. Bu yargıya katılmayanların oranı ise % 20,6’dır. Aile içinde kendine yer bulamayan ve ihmal edilen çocuklar ileriki yaşlarda bir takım

sorunlarla karşılaşmaktadır. Kendini ifade edemeyen ve aile tarafından ilgi görmeyen çocuklar televizyon izleyerek bu sıkıntılarını giderme yoluna başvurmaktadır. “Televizyon, aile içindeki sıkıldığım zaman beni rahatlatıyor” yargısına katılanların oranının % 58, 9 olması bu yargıyı desteklemektedir. Yargıya katılmayanların oranı ise % 28,9’dur. Boş zaman motivasyonu için hazırlanan yargılar sonucunda ulaştığımız bulgular gösteriyor ki, televizyon izlemek ilkökul çocukları açısından boş zamanlarını değerlendirdikleri bir etkinliktir.

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		0,892
Bartlett's Testi Ki-kare	Bartlett's Testi Ki-kare	4611,00
	df	276
	Sig.	,000

Uygulanan faktör analizi sonucunda KMO değeri .892 ve Bartlett testi değeri ise .00 derecesinde anlamlı bulunmuştur. Buna göre çıkan KMO değeri-

ne bakıldığında mevcut maddelerin faktör analizi için mükemmel bir yapıda ve Bartlett sonucunda ise evrendeki dağılımın normal olduğu söylenebilir.

Tablo 22: Faktör Analizleri Sonucu Boyutlara İlişkin Yargılara Ait Faktör Yükleri

Yargılar	Faktör yükleri
Televizyon İzlemek beni eğlendiriyor	,536
Televizyon izleyince rahatlıyorum	,526
Televizyoncu izleyince mutlu oluyorum	,572
Televizyon izlerken hoşça vakit geçiriyorum	,530
Televizyon izleyince dinleniyorum	,703
Televizyon beni bilgilendiriyor	,639
İlgilendiğim konularda bilgi sahibi olmamı sağlıyor	,383
Ülkemiz hakkında bilgilenmemi sağlıyor	,602
Derslerimle ilgili bilgilenmemi sağlıyor	,548
Farklı ülkeler ve kültürler hakkında bilgilenmemi sağlıyor	,586
Aile üyeleri ve arkadaşlarla bir arada olmamızı sağlıyor	,511
Arkadaşlarımla bir arada iken konuşacak şeyler sağlıyor	,465
TVdeki çizgi film kahramanlarım örnek almamı sağlıyor	,519
İnsanları etkilememi sağlayan bilgiler edinmemi sağlıyor	,632
Televizyon yalnızken bana arkadaşlık ediyor	,728
Televizyon yalnızlığımı gideriyor	,667
İzlediğim filmleri yardımlaşma-paylaşma duygularımı geliştiriyor	,617
Okuldaki sorunlardan uzaklaşmamı sağlıyor	,514
Arkadaşlık ilişkilerimi geliştirmeme katkı sağlıyor	,554

TV Boş zamanlarımı değerlendirmemi sağlıyor	,580
TV izlemek benim için bir alışkanlıktır	,688
Her zaman karşında açık olduğu için izliyorum	,745
Canım Sıkıldığında TV izliyorum	,515
Televizyon aile içinde sıkıldığım zaman beni rahatlatıyor	,506

Motivasyon Ölçeği'nin alt boyutlarına ilişkin maddelerin faktör yükleri Tablo 22'de verilmiştir.

Tablo 23: Ölçek örneklem grubuna uygulandığında, ortaya çıkan güvenilirlik katsayıları
Boyutların Cronbach Alpha Güvenirlik Katsayıları

Boyutlar	Güvenirlik Katsayıları
Eğlendirme motivasyonu	.925
Bilgilendirme motivasyonu	.709
Sosyalleşme motivasyonu	.717
Rahatlama motivasyonu	.897
Boş zaman motivasyonu	.941

0. $00 < a < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir.
0. $40 < a < 0.60$ ise ölçek düşük güvenilirliktedir.
0. $60 < a < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilirdir.
 $0.80 < a < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilirdir.

Bu bilgi göz önüne alındığında "İlkokul Öğrencilerinin Televizyon İzleme Motivasyonu Anketi" nin yüksek derecede güvenilir bir ölçek olduğu söylenebilir.

SONUÇ

Kitle iletişim araçlarının son gelişmelerin ürünleri olduğunu belirten Elkin (1995: 97), bireylerarası etkileşime doğrudan karışmasalar da, toplumsallaştırmanın önemli araçlarından olduğunu ifade etmektedir.

Görsel boyutunun güçlü olması nedeniyle televizyon çocukların daha çok tercih ettikleri kitle iletişim araçlarından biridir. Televizyonun yetişkinler üzerindeki etkisi geçici olabilmekteyken, bu geçicilik, çocuklar için pek de mümkün olmamaktadır. Sosyal ve psikolojik gelişim açısından önemli bir dönem olan çocukluğun, hangi şartlarda ve kimlerin rehberliğinde gerçekleştiğine dikkat edilmesi gerekmektedir. Televizyonun iletişim ortamımızı, başka hiçbir iletişim aracının gücünün yetmeyeceği tarzlarda bizim adımıza düzenlediğini ifade eden Postman (1994: 90), hayatlarımızın kimin rehberliğinde şekillendiğine dikkat çekmektedir. Hayatın bebeklikten sonraki evresi olan çocuklukta kişiliğin ilk temelleri atılmaktadır. Bu dönemde ailelerin, çocuklarının televizyon izleme

alışkanlıklarını gözetim altında bulundurması, çocukların gelecek yaşantıları açısından önem taşımaktadır. Kitle iletişim araçlarının kullanım şekline göre kişiye zarar ya da fayda verdiği savında bulunan Kullanımlar ve Doyumlar yaklaşımına göre, hazırlanan programlar arasında tercih yapmak izleyicinin inisiyatifinde olan bir durumdur. Ancak yetişkinler için bilinçli tercih yapabilmek söz konusu olabilmekteyken çocuklar için aynı şeyi söyleyemeyiz.

Televizyonun zararlı yönleri olmasıyla beraber olumlu ve faydalı yönleri de bulunmaktadır. Bu yönlerinin ortaya çıkarılmasında ailelere ve eğitimcilere büyük görev düşmektedir. İzleme süreleri kısıtlanarak ve izleyecekleri kanal ve program seçiminde çocukları yönlendirerek televizyonun olumlu yönlerinden yararlanılabilir.

Ankete katılanların yanıtlarında, televizyonu daha çok aileleriyle izledikleri sonucunun çıkması olumlu bir durumdur. Çocukları etkileyecek bir yayın olması durumunda müdahale edilerek, çocuğun farklı bir kanala yönlendirilmesi mümkün olabilmektedir.

Televizyon izlemenin ne tür faydalarını görüyorsunuz sorusuna verilen yanıtlarda, "hayal dünyamı geliştiriyor" ve "eğlendiriyor" seçeneklerinin yüksek oranda tercih edilmesi, yapımcılara ne

tür programlar yapılması konusunda fikir vermektedir. Çocukların tercih ettikleri bu özellikleri barındıran programlar hazırlanması eğitimlerine de destek olacaktır. Likert ölçeğinde verilen "derslerim konusunda bilgilenmemi sağlıyor" yargısına düşük oranda katılıyorum cevabının verilmesi, televizyonun çocukların derslerine katkı sağladığını göstermektedir. Televizyonun, derslerle ilgili bilgilendirmeye katkı sağlaması, sıkıcı olmayan ve çocukların ilgisini çekecek içerikte programlar hazırlanmasıyla mümkün olacaktır.

Çocuğun anne-babasından daha çok gününün büyük bir kısmını bu araçların gözetiminde geçirdiğini söyleyen Akçalı (2007: 3), ailenin çocuğa hayata dair bir şeyler öğretmek için ayırdığı boş zamanın, paylaşım zamanı olma niteliğini kazanmadığını belirtmektedir. Maalesef ailenin boş bıraktığı hayata dair bilgi paylaşım alanını medya ve dolayısıyla televizyon ele geçirmektedir. Ankette boş zamana yönelik olarak hazırladığımız yargılara çocukların büyük oranda katılıyor olması, hayata dair ciddi bir alanın televizyon tarafından ele geçirildiğini göstermektedir. Ailelerin ve eğitimcilerin bu yönde bilinçlendirilmesi, çocuğun nitelikli ve karşılıklı etkileşimi mümkün kılan bir paylaşım ortamına kavuşturulması gerekmektedir. Çocukların boş zamanlarında dışarda arkadaşlarıyla oyun oynamak, kitap okumak veya resim çizmek gibi aktiviteler yerine televizyon izlemeyi tercih etmesi hayal dünyalarının da zamanla körelmesine yol açabilmektedir.

En çok tercih ettikleri kanalın TRT Çocuk olması, kendi kültürleri doğrultusunda programlar izlemelerine olanak tanımaktadır. İkinci olarak en çok izlenen kanal olan Carton Network, ABD kaynaklı bir kanaldır ve içerik olarak yabancı kültür unsurları barındırmaktadır. Bu ise çocukların gördükleriyle yaşadıkları arasında bağlantı kuramaya, kültürel karmaşa yaşamalarına sebep olabilecek bir durumdur. Her ne kadar tematik kanallardaki programlar özel bir hedef kitleye yönelik hazırlansa da, yetişkinlerin bu programları hazırladıkları gerçeği göz ardı edilemez. Çocukların ve yetişkinlerin anlam düzeyleri ve kavrayışları birbirinden oldukça farklıdır. Hiçbir yetişkin dünyaya, bir çocuğun penceresinden bakamaz. Çocukların genel özellikleri dikkate alınarak hazırlanan programların çoğunda maksat, izlenme oranını arttırmaktır. Bunun dışında çocuğun kişisel ve psikolojik gelişimine yönelik bir içerik sunma kaygısı

çoğunlukla söz konusu değildir.

Yayınların 24 saat olması, çocukların istedikleri her an televizyon karşısına geçmelerine olanak tanıyarak ciddi bir sıkıntı yaratmaktadır. Zira uzmanlar, vaktinin büyük bölümünü televizyon izleyerek geçiren çocukların daha depresif olduklarını ve davranış bozuklukları gösterdiklerini belirtmektedir. Ancak örneklem grubumuzdan elde ettiğimiz bulgularda televizyon izleme saatinin daha çok öğlen saatlerinde olması olumlu bir sonuçtur. Önceki yıllarda yapılan araştırmalarda çocukların prime time olarak bilinen zaman dilimlerinde (20:00-22:00) daha çok televizyon izlediği tespit edilmişken, ulaştığımız bulgular, zaman diliminin sabah saatlerinde yoğunlaşarak değiştiğini göstermektedir. Prime time zaman dilimlerinde daha çok yetişkinlere yönelik programların olduğu düşünüldüğünde, akşam saatlerinde izlenme oranının daha düşük olması olumlu bir gelişmedir.

Çocukların televizyonda gördükleri karakterleri özellikle de çizgi film kahramanlarını örnek aldıkları yargısına katılan sayısının yüksek olduğu görülmektedir. Bu göz önünde bulundurularak izlenen programların seçiminde ailelerin çok hassas olması hatta çocuğun öğretmenleriyle birlikte hareket etmesi gerekmektedir. Örnek aldıkları karakterlerin ne tür özelliklere sahip olduğu ve hangi yönüyle çocuğa örnek teşkil ettiğine dikkat edilmelidir. Çocuklar, kişisel gelişimlerine olumlu katkı sağlayacak programlara yönlendirilmelidir.

Çocukların aldıkları etkilerin özelliğine göre karşı tepkiler geliştirdikleri belirtilmektedir. İyi etkiye iyi tepki, kötü etkiye kötü tepki verdikleri düşünülse de, bu onların önlerine gelen her şeyi aldıkları anlamına gelmez. Gördüklerini ve duyduklarını kendi anlam dünyalarında yeniden şekillendirirler. "Televizyon izlemek arkadaşlarımı etkilememi ve arkadaşlarımla konuşacak konu bulmamı sağlıyor" yargılarına yüksek oranda katılıyorum cevabının verilmiş olması televizyonun hem izleme edimi sırasında hem de sonrasında aktif bir paylaşım ortamı yarattığını göstermektedir. Elde ettiğimiz tüm bu veriler, televizyonun görsel doyum sağlayarak çocukların beklentilerini karşıladığı yargısına ulaşılmamızı sağlamaktadır.

KAYNAKÇA

Akçalı, S. İ. (2007). *Medya ve Çocuk*. İstanbul: Ebabel Yayınları.

- Baudrillard, J. (2001). *Tam Ekran, Çevirmen; Bahadır Gülmez*. İstanbul:Yapı Kredi Yayınları.
- Çakır, V. Ç. (2010). *Televizyon Bağımlılığı*. Konya: Literatürk.
- Doğan, A. ve Göker G. (2012). Tematik Yelevizyon ve Çocuk: İlköğretim Öğrencilerinin Televizyon İzleme Alışkanlıkları. *Milli Eğitim Dergisi*, S. 194, 5-29.
- Elkin, F. (1995). *Çocuk ve Toplum*. (N. Güngör, Çev.) Ankara:Gündoğan Yayınları.
- Gazete, R. (1994, 4 20). 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun. (21911).
- Leblebici Koçer L. ve Koçer M. (2012) Tv Reklamlarını İzleyen Çocukların Taleplerinin Ailelerinin Satın Alma Davranışına Etkisi, *The Journal of Academic Social Science Studies*, Volume:5 Issue:8, p.867-884,
- Odabaşı, Y. (1999). Anket Yöntemi. A. A. Bir (Dü.) içinde, *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri* (81-97). Eskişehir:Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Özçetin, B. (2010). Kullanımlar ve Doyumlar'dan İzlerle Sosyolojisine: Türkiye'de İzlerle Çalışmaları. *İletişim Araştırmaları*, 8 (2), 9-37.
- Öztürk, H. E. (2002). *Kişilik Gelişimi Açısından Çocuk ve Televizyon*. İstanbul:Beyan Yayınları.
- Postman, N. (1994). *Televizyon Öldüren Eğlence*. Ankara:Gündoğan Yayınları.
- Postman, N. (1995). *Çocukluğun Yokluğu (Çeviren Kemal İnal)*. Ankara:İmge Kitapevi Yayınları.
- Şimşek, H. Y. (2005). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara:Seçkin Yayıncılık.
- Yaylagül, L. (2013). *Kitle İletişim Kuramları Egemen ve Eleştirel Yaklaşımlar*. Ankara: Dipnot Yayınları.