

## Çizgi Filmlerdeki Subliminal Mesajların Çocuklar Üzerindeki Etkisi

*Fahri TEMİZYÜREK<sup>1</sup>, Ümran ACAR<sup>2</sup>*

### Özet

Hedef kitlesi çocuklar olan çizgi filmlerin işlevleri; öğretmek, doğruyu göstermek, eğlendirmek, eğlendirirken eğitmektir. Ne yazık ki her çizgi filmde bu işlevleri yerine getirmek için olumlu mesajlar verilmemektedir. Görünen masum mesajların ardında çizgi film yapımcısına ait görüş, inanış veya felsefeye göre şekillenen mesajlar vardır. Bilinçaltına seslendiği için etkisi diğer mesajlardan daha hızlı ve geniş olan subliminal mesajların var olduğu savı –hâlâ tartışılrsa da- geniş kitlelerce kabul edilmektedir. Çizgi filmlere ölümlük, cinsellik, şiddet, gerçek üstü unsurlar ve millî duyguları yıpratıcı olumsuz mesajlar bilinçaltı ikna yöntemleri ile gizlenmektedir. Bu çalışmada çizgi filmlerdeki subliminal mesajların çocuklar üzerindeki etkisi incelenmiştir. Bu amaçla çizgi film, bilinçaltı ikna yöntemleri açıklanmış; bazı çizgi filmler gösterge bilimsel çözümlemelerle incelenerek çizgi filmlere yerleştirilen subliminal mesajlara dikkat çekilmiştir. Varlığı yıllardır tartışılan subliminal mesaj bombardımanına karşı ailelerin, eğitimcilerin, medya kuruluşlarının ve devletin üzerine düşen görevler öneri niteliğinde sunulmuştur.

**Anahtar sözcükler:** Çizgi film, Subliminal Mesaj, Gösterge Bilimi, Çocuk.

### Abstract

The functions of the cartoons that its audience is kids; to teach, to show the truth, to entertain, to educate while entertaining. Unfortunately the positive messages aren't received at every cartoon to fulfill these functions. There are the messages that take form according to the opinion, belief or thought of the producer of the cartoon behind the apparently innocent messages. Because called on the subconscious, the effects of subliminal messages are more capacious and faster than the others. The subliminal messages are acknowledged by large mass-still discussed veins-. Death, sexuality, severity, surreal elements and negative messages that degrades the national emotions are hidden in cartoons by the subliminal persuasion methods. In this study, the effects over the kids of subliminal messages were investigated. For this purpose cartoon, subliminal persuasion methods were explained. Some cartoons are researched with semiotic analysis to the subliminal messages placed in the cartoon are drawn attention. Existence of the subliminal messages were discussed for many years against their bombardment parents', educators', media companies', and governments' assignments were submitted as offer.

**Keywords:** Cartoon, Subliminal Message, Semiology, Kids.

## GİRİŞ

Birçok insan, hayatını anlamlı kılan varlığın çocuk olduğunu düşünürken ona çeşitli değerler yükler. Kimine göre geleceğin garantisi olan çocuk kimilerine göre mutluluk kaynağıdır. *Eğitim ve Eğitim Bilimleri Sözlüğü* çocuğu, "olgunluktan önceki bir yaşta bulunan her kız ve erkek" (Öncül, 2000: 244) ifadeleriyle fizyolojik özellikleri yönüyle tanımlar. Şimşek (2013: 237) ise, "Çocuk candır, geleceğin teminatıdır, evin neşesidir, korunmaya muhtaç insan yavrusudur." diyerek çocuğa psikolojik anlamlar yükler. Birçok araştırmacının âdeta *minyatür insan-insan yavrusu* olarak düşündüğü çocuklar için Atatürk, onların yetişkin birer birey olduklarını düşünerek, "Küçük hanımlar, küçük beyler! Sizler hepimiz geleceğin bir gülü, yıldızı ve ikbal ışığısınız. Memleketi asıl ışığa boğacak olan sizlersiniz..." ifadelerini kullanır; vatana ve geleceğe dair önemli bir misyon yükler. Albayrak (2013: 201) ise çocuğu sadece gelecekle ilişkilendirmez; geçmiş, an, gelecek kavramlarının hepsinde çocuğa yer verir. "Çocuk, renk tayfları arasında bizler için sonsuzluk elçisi ve hayatın merkezinde küçük ayaklarıyla yürümeyi göze alabilen büyük bir varlıktır. O, insan varlığını, öncesi ve sonrasıyla ve tüm potansiyelleriyle temsil etmektedir. Bu temsil kabiliyetinden dolayıdır ki

<sup>1</sup> Doç. Dr., Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi, fahri@gazi.edu.tr

<sup>2</sup> Arş. Gör., Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, umranacar2013@gmail.com

çocuk, sadece geleceğimiz değil, bizlere anı yaşatabilen ve zamanı bütünüyle ihata edebilen tertemiz bir varlıktır.” (Albayrak, 2013:201).

Hızla gelişen modern dünyada yaşantıyı anlamlı kılmak için gereken unsurlardan biri de eğitimidir. Eğitim ve kültür seviyesinin artması sayesinde birey, hayatını ve hayatta etkileşim halinde bulunduğu her olay ve olguyu daha kolay anlamlandırabilecektir. Çocuk için eğitim şarttır. Dünyaya geldiği andan itibaren hayata dair her şeyi öğrenmeye muhtaçtır. Ancak küçük yaşlardan itibaren eğitim çocuğun hem fiziki hem de ruhsal gelişimine uygun dozda ve uygun yöntemlerle verilmelidir. Çocuğun öğrenmesi sadece gelişim dönemlerini tamamlamasıyla mümkün olmaz. Hazır bulunuşluk seviyesi uygun olan çocuk, çeşitli vericilerden aldığı bilgileri öğrenmeye başlar. Çocuk için “kaydetmeye hazır boş bir plak” benzetmesi abartılı olmayacaktır. Taklit yoluyla öğrenen çocuk, karşılaştığı her şeye zihninde yer verir ve normal görür. Çocuk, doğru yanlış - iyi kötü arasındaki farkı göremez.

Bebekler iletişime hazır bir biçimde dünyaya gelir ve gördükleri her şeyi, herkesi taklit eder (Pembecioğlu, 2013a: 402). Küçük yaşlarda öğrendikleriyle oluşturduğu zihni yapı, ileride kişiliğini oluşturacaktır. “Çocuk toplumsal, ruhsal, ahlaki ve zihni sağlığını geliştirebilmek için çeşitli kaynaklardan doğru ve güvenilir bilgilere ve yayınlara ulaşma hakkına sahiptir.” (Akyüz,2013: 115). Elbette ki çocuk için eğitim önce ailede başlar. İlk çocukluk döneminde evde edindikleri ile hayata ilk adımlarını atar. Ebeveynlerin bu konudaki hassasiyeti çocuğun öğrenim hayatını şekillendirecektir. Daha sonra belli bir program dâhilinde eğitim ve öğretimin birlikte yapıldığı okul hayatı başlar. Ancak eğitim sadece okulla sınırlandırılmaz. Çocuğun okul dışı hayatı, sosyal çevresi ve en etkisi de kitle iletişim araçları her an onu yönlendirmekte, eğitmektedir. Kitle iletişim araçlarının (medya) kapsamına televizyon, radyo, kitap, dergi, gazete, film, video oyunları ve internet gibi çok değişik araçlar girmektedir.

Günümüzün modern şartlarına ayak uydurabilmek için yoğun çalışan ailelerin çocukları başkalarının elinde büyümektedir. Akşam eve yorgun gelip evdeki diğer işlerini yetiştirme telaşındaki anneler çocuklarını elektronik bakıcılarına yani televizyona teslim etmektedirler. Sadece çalışanlar değil çocuğunun evde sessiz durmasını isteyen, yaramazlıkları ile uğraşmak istemeyen anneler de çocuğu adeta televizyona mahkûm ederler. Günümüzde kitle iletişim araçları -kolay erişilebilir olması yönüyle özellikle televizyon- herkesi farklı biçimlerde ve düzeylerde etkilemektedir; en çok etkilenen grup da çocuklar ve gençlerdir.

Çocuk, kiminle uzun bir zaman dilimi geçirirse, onun alışkanlıkları ve bakış açısı ile biçimlenir. Televizyon, çocuklara bir ilişki biçimi sunar ve çocuk bunları sorgusuz bir biçimde kabullenir. Televizyon-bilgisayar, birlikte zaman geçirme süresi, gönderdiği iletileri, renkli ve hareketli uyarıları ile diğer kaynaklardan (kimi zaman anne babadan) daha belirleyici bir rol üstlenebilir. Bebeklikten başlayarak oluşması çok kolay, kaybolması çok zor olan ilişki motifleri kurar ve yaşam boyu bunları kullanırız. İmgeler, belleğin yok edilemez bir parçası hâline gelir ve deneyim, belleğe işlenerek, kişiliğe dönüşür (Pembecioğlu, 2013a: 402). Belleğin yoğun olarak işlenip kişilik oluşumu ve kimlik kazanımlarının temelini atıldığı çocukluk döneminde ortaya çıkan televizyon bağılılığı olumlu yöne kanalize edilebileceği gibi olumsuz tesirlere de sebep olabilecektir.

Bu çalışmada televizyon programları içinde çocuğa en çok hitap eden çizgi filmlerin özellikleri değerlendirilecek, bunların çocuklar üzerindeki etkileri üzerinde durulacaktır. Ayrıca bazı çizgi filmlerin afişleri üzerinde gösterge bilimsel çözümlenmeler yapıp görünenin ardında verilmek istenenler ortaya konmaya çalışılacaktır. Varlığı yıllardır tartışılan subliminal mesajlar üzerinde durulup bazı çizgi filmlerde rastlanan bu unsurların çocukların ve dolayısıyla toplumun hayatını nasıl olumsuz etkilediği vurgulanacaktır.

### **Televizyon ve Çocuk**

Bir olay veya durumla ilgili görüntü ve sesin elektromanyetik dalgalarla iletilerek çok boyutlu, sesli, renkli bir şekilde izlenmesini sağlayan sisteme televizyon denmektedir. Televizyon, aynı anda birçok kişiye mesajlarını iletebilen etkili bir verici, çok kullanılan bir kitle iletişim aracı (medya) dır. Medya, yığınları etkileyen, bireylere model alma ve çevrelerinde olup bitenden haberdar olma olanağı sağlayan, toplumun çeşitli katmanlarına birlikte ve birbirinden ayrı bir biçimde hitap edebilen, iletiler gönderebilen bir araçtır. Medyanın gücü, yalnızca ele aldığı konularda, haberleri aktarma hızında ve sunma gücünde değil, aynı zamanda, çeşitli imgeleri yaratabilme, sunabilme, yinleme, onlarla dilediği her şeyi yapabilme esnekliğinde yatıyor (Pembecioğlu 2013b: 478-479). Televizyon; çok pahalı olmaması, birçok televizyon kanalının bulunması, yirmi dört saat kesintisiz yayın yapılması, her yaşta insana hitap etmesi, izleyenin edilgen olması, rahat bir pozisyonda izlenebilmesi sebepleriyle görsel-işitsel kitle iletişim araçları arasında en etkili ve en çok kullanılanıdır. Toplumun hemen her kesiminden ve her yaşta insanın kullandığı televizyon, en çok çocuklar üzerinde etkilidir. Televizyon çocukları olumlu etkileyebileceği gibi olumsuz da etkiler. Televizyonun olumlu etkilerinin olduğunu söyleyen Akyüz (2013: 121), bunlar arasında bilgilendirme ve sosyalleştirme işlevleri bulunduğunu, dil ve zihin gelişimini teşvik edici olduğunu, kişinin günlük çevresinde ulaşamayacağı görüntüleri getirerek çevresini zenginleştirdiğini saymaktadır. Televizyon ve video oyunlarının çocukların eğitimine katkıda bulunduğunu, onları zekâlarını kullanmaya, dünyayı yorumlamaya ve becerilerini geliştirmeye ittiği de ifade edilmektedir. Neuhart'a göre, bazı eğitimci ve ailelerin düşündüklerinin tam tersine, televizyon da çocukların eğitimi ve öğrenimi açısından en önemli araç konumundadır (Pembecioğlu, 2013b: 480).

Düşünme becerileri, dil becerileri, matematik becerileri, el göz koordinasyonunu gerektiren diğer beceriler de teknolojik donanımlarla birlikte azalmaya başlamıştır. Ne yazık ki insanın yerine matematiksel hesaplamaları yapan, kalem-kâğıdın yerine ekran ve tuşlarla yazmayı kolaylaştıran, yazıdaki yanlışlıkları otomatik olarak düzelten, silip yeniden yazmak yerine işlemleri geri alan, kopyalayıp yapıştıran... vb. birçok işi kolayca yapan makineler varken insanın uğraşması; kendini yormak, boşa vakit kaybetmek şeklinde algılanmaya başlamıştır.

Televizyon, özellikle taklit yoluyla öğrenen çocuk için, etkili bir öğretmen rolünü oynar. Çocuklar televizyonda görerek ve işiterek, nesne ve olayları hareketli olarak tanırlar. Bu yüzden televizyon programlarındaki kahramanlarla kendilerini özdeşirirler. Özellikle kahramanların belli niteliklerle donatılıp dünyayı kurtarma misyonu eda etmesi için gerçek hayatta hiç karşılaşamayacak, acayip varlıklarla savaşması ya da bunları kendine yardımcı yapması çocukları etkilemektedir. Çocukların televizyon mesajlarına açık olmalarının getirdiği önemli bir sorun da, gördüklerini "gerçeklik" olarak algılamaları, gerçek yaşamda karşılığını aramaya çalışmaları ve ekranda gördüklerinin kurgu olduğunun ayrımını yapamamalarıdır (Akyüz, 2013: 117-118).

Televizyon göz sağlığını bozduğu, hareketsizliğe neden olduğu için çocukların bedensel gelişimlerini de olumsuz etkilemektedir.

Televizyon programları ile çocuklara kolay ve yüzeysel bilgi edinme alışkanlığı vererek okumaya olan ilginin ve okuma zevkinin azalmasına neden olmaktadır. Meriç(1986: 404), medyanın ve özellikle televizyonun kültürel bir altyapısı olmadığını, kitaba alternatif bir yapı oluşturduğunu ve okumayan ve dolayısıyla düşünmeyen insanlar için icat edildiğini sert ifadeleriyle dile getirmektedir.

### **Çizgi Film**

Türkçede "hayat vermek" anlamına gelen Latince "animare" kelimesi dilimizde "animasyon" şeklinde kullanılmaktadır. Türk Dil Kurumu'nun (TDK) kabul ettiği terim ise *canlandırma*dır. TDK tarafından yayımlanan *Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü*'nde "tek

tek resimleri ya da devinimsiz nesnelere gösterim sırasında devinim duygusu verebilecek biçimde düzenlemek ve filme aktarmak işi" (Özön, 1981: 49) ifadeleriyle tanımlanmaktadır. Sinema alanında kullanılan bir terim olan bu kelime dışında halk arasında yaygın olarak kullanılan kavram ise "çizgi film"dir. "Bazı kullanımlarda ise televizyonda yayımlanan çizgi diziler çizgi film, sinemada gösterilen filmler ise animasyon veya canlandırma olarak adlandırılmaktadır." (Kılıcı, 2009: 39).

Çocukların izlediği televizyon kanallarında, internet oyunlarında (ipad, playstation), sinema filmlerinde, reklam kuşaklarında canlandırma, özellikle canlandırmanın bir türü olan çizgi filmler ilk sırada yer almaktadır.

Çizgi filmlerin işlevleri; öğretmek, doğruyu göstermek, eğlendirmek, eğlendirirken eğitmek, toplumsal paylaşım şeklinde sıralanabilir.

"Tarihsel süreç içinde çizgi filmlerin sinemada bir eğlence aracı olarak gelişimine neden olan ve çizgi film endüstrisini kuran Walt Disney'dir. Disney ortalama Amerikalıyı ölçü olarak yarattığı ve hepsi hayvanlardan oluşan çizgi film tiplerine, birer insan kişiliği verdi. Hayvanlara insan davranışları vererek, çizgi filmleri ile *ders vermek* amacını yerine getirdi. Böylece Amerika'nın günlük önemli konularını çizgi filmlerinde kullanan Disney'i bir La Fontaine, bir Aisopos olarak görmek olasıdır." (Güler, 2013: 210).

Ülkemizde yayımlanan çizgi filmlerin çoğu yabancı yapımlardır. Bu yapımların Türkçe dublaj yoluyla izlenmesi sağlanmaktadır. Ancak burada, diğer bütün çocuk yayınlarında olduğu gibi dış kaynaklı yayınları dilimize aktarırken dikkat edilmesi gereken hususlar vardır. Gürel, Temizyürek ve Şahbaz (2007: 258), dış kaynaklı masalların Türkçeye çevrilirken iki temel yolun izlendiğini söylerler. Bunlardan biri, bir dilden diğerine yapılan bire bir çeviriler, Diğeri ise anlamın temelde aynı kalmasıyla birlikte serbest cümle yapılarıyla yapılan çevirilerdir. Bu konuda oluşturulan cümle yapısının yanında kültürel aktarımın önemi üzerinde de dururlar.

"Serbest çeviriler çocuğun ana dilinde kolaylıkla anlayabileceği daha somut anlatımlar ortaya koymakla birlikte, türün alındığı dile ait kültürel unsurları da bünyesinde barındırmaktadır. Kendi kültürel değerlerini tam olarak öğrenememiş bir, çocuk bu durumda, yabancı kültürlerin tesirinde kalmakta ve kültürel değerlerinden yoksun bir şekilde yetişmektedir. Bir süre sonra da kendi kültürel değerleri ile çeviri eserler yoluyla edindiklerini birbirinden ayıramaz hale gelmektedir. Bunun için çeviri masallarda edebi metinlerin kültürel boyutları mutlaka göz önünde bulundurulmalı ve denetlenmelidir." (Gürel, Temizyürek ve Şahbaz, 2007: 258).

Aynı hassasiyet dış kaynaklı çizgi filmler için de geçerli olmalıdır.

Çizgi filmlerde kahramanlar; hayvanlar, insanlar ve düşsel varlıklar olmak üzere üç grupta toplanabilir. Gerçekte çocuk filmlerinin, masallarının, oyunlarının hayvansal karakterlerle dolu olması rastlantısal değildir. Hayvansal veya hayali özellikler karakterlere bir masumiyet kazandırırken, doğadaki karmaşık ilişkilerin açıklanmasını kolaylaştırır. Çizgi filmlerde, soyut kavramlar (birliktelik, adalet, yardımlaşma, hoşgörü vb.) bir anlamda somut olarak kahramanların eylemlerinde gösterilir.

### **Bilinçaltı İkna Yöntemleri**

Bilinç, kişinin doğrudan farkında olduğu ve tanıdığı bir zihin parçasıdır. Yaşamın ilk döneminde, belki de doğum öncesinde belirmeye başlar. Güler (2008: 61); bilincin doğasını kişiyi etkileyen olgunun, uzayda gerçekleşen olayın aynı anda kişide bir imge yaratması ve böylece bilince girmesi ifadeleriyle anlatır. Bilinç süreksizdir. Yani insan yaşamı kesik kesik olan bilinçli evreler arasındaki dural nitelikli bilinçaltı evrelerinden oluşur.

"Bilincimiz her zamanki düzeyinde bulunduğu ya da beklenmedik bir düzeye ulaştığında, bilinçaltı kendi etkinliğini sürdürmeye devam eder. Okuduğumuz, konuştuğumuz, yazdığımız anda bile, hiçbir şey sezmememize karşın, bilinçaltı

işlerliğinden bir şey yitirmez, özel yöntemlerle bilinçaltının geniş bir düşü, kesiksiz dokuyuşunu ortaya koyabiliriz.” (Güler, 2008: 62).

Bilinçaltı olayları, bilinç olayları gibi kolay anlaşılır değildir. Bu karmaşık olayları anlamlandırmak için *anlaşılır bilinçaltı olaylar, dolaylı anlaşılır bilinçaltı olaylar, anlaşılmaz bilinçaltı olaylar* olmak üzere üç grupta incelenebilir. Çizgi filmlerde izleyenleri, fark ettirmeden etkilemek için kullanılan teknik “dolaylı anlaşılır bilinçaltı olaylar” sınıflandırmasına girmektedir.

Bilinçli tepki uyandırmayacak düzeydeki belirsiz uyarıların kişi tarafından fark edilmeden algılanmasına *bilinçaltı algılama* denir. Bilinçaltı iknanın en bilindik çalışması 1950’lerde James Vicary tarafından yapılan *Patlamış Mısır Ye, Kola İç* adlı çalışmadır.

“1956’da Fort Lee, New Jersey’deki bir sinemada James Vicary ve onun Bilinçaltı Yansıtma Şirketi, bir şeylerden kuşkulanmayan binlerce seyirciyi kapsayan altı haftalık bir çalışma yaptı. Çalışmada filmin her beş saniyesinde bir milisaniyenin üçte biri (saniyenin 0.00033’te biri) süreyle *Patlamış Mısır Ye ve Kola İç* mesajlarını gizlice ekrana yansıtan bir araç denendi. Vicary’nin iddiasına göre patlamış mısır satışlarında yaklaşık %58, kola satışlarında ise %18’lik artış kaydedildi.”(Pratkanis, 1992; Danzing,1967; Aktaran: Yolcu, 2005: 205).

Daha sonraki yıllarda bilinçaltı iknanın sözel çalışmaları görüntüsel çalışmalarla devam etmiştir. Yıllardır bu çalışmaların varlığı tartışılmıştır. Bazı bilim adamları (Vicary, Vokey, Read, Wilson) ısrarla bu tekniğin varlığını savunup tehlikelerini anlatırken bazıları da (Pratkanis, Merikle) var olmadığını ispat etmeye çalışmıştır. 1978’de Hal Becker’in işitsel ses bantlarına bilinçaltı mesajlar yerleştirmek için bir aygıt icat etmesi ve bunun Time Dergi’si gibi önemli bir dergiyle yapılan ortak çalışmada test etmesi dikkat çekicidir.

“1979’da *Time dergi’si*, dükkânlarda yaşanan hırsızlık olaylarını önlemek için 50 büyük mağazada çalınan arka plan müziklere birçok kere tekrarlanmak üzere düşük düzeyde “Ben dürüstüm, bir şey çalmayacağım” gibi mesajları yerleştirmek amacıyla bu aleti kullanmaya başladı. *Time dergi’si* mağazaların, çalma olaylarında önemli azalma olduğunu bildirdi.”(Vokey ve Read, 1985; Aktaran: Yolcu, 2005: 205).

Başlangıçta bu tarz iyi niyetli çalışmalar yapılırken bu yöntemin rant elde etmek isteyen birtakım odakların elinde kötüye kullanılmış olduğu düşünülmektedir. Öyle ki birçok reklam şirketi bu uygulamayı edinmek için uğraşmıştır. Önceleri reklamlarda kullanılıp kişinin pazarlanan ürüne rağbetinin artması amaçlanıyordu. Ancak ne yazık ki hemen hemen her görsel iletide ideolojik amaçlarla yapılmış çalışmalara rastlanmaktadır artık. En masum görsel ileti olan çizgi filmlerle geleceğin emanet edileceği çocukların zihinlerine birtakım gereksiz ve uygunsuz düşünceler empoze edilmektedir. “Çizgi filmlerin görsel ve işitsel duyulara yönelik etkili ve sevecen bir iletişim aracı olması nedeniyle olumlu hizmetlerinin yanı sıra, iyi değerlendirilmediği zaman olumsuz sonuçlara da neden olmaktadır.” (Güler, 2013: 213).

“Devletin egemen ideolojisini yaygınlaştıran en etkili ideolojik aygıtlardan birisi olan kitle iletişim araçları, bilgi aynı zamanda imge satarak ve yayarak, toplumun motivasyon potansiyelini yönlendirme hakkını ellerinde tutmaktadır. Sağladığı bu bilgilerle de izleyiciyi, hiç fark ettirmeden, başka toplumların ve başka kültürlerin hayat standartları, yaşam biçimleri, birbirleriyle olan ilişkileri, davranış kalıpları, sosyal sorunları ve tüketim alanları konusunda bilgilerle donatmaktadır.” (Rigel,1993: 172).

Bu mesajlar görüntülü yayınlara 25. *Kare Tekniği* ile, işitsel yayınlara 21. *Dalga Tekniği* ile yerleştirilmektedir.

### Uygulama

Bu çalışmada gösterge bilimsel yöntem kullanılmıştır. Bu yöntemin temel taşı güstergeleştirmektedir. Göstergeleri inceleyen bir bilim dalı olarak gösterge bilimi;

insanın gösterge oluşturma, göstergelerle sistem kurma ve bunlar kanalıyla iletişimde bulunmasını araştırmaktadır. Saussure'e göre gösterge bilimi, "gösterge dizgelerinin bilimi anlamına geldiğine göre, gösterge kavramı ilke olarak bu bilimin temelidir... Gösterge ise bir kavramla bir işitimiş imgesini birleştirir." Kitle iletişim araçlarına ait metin ya da türlerin birer "gösterge sistemi" (sign-system) olarak incelenmesini konu edinmektedir (Güler, 2008: 87).

Göstergebilimin göstergenin kendisi, içinde göstergelerin düzenlendiği kodlar ya da sistemler, kodlarla göstergelerin içinde işlediği kültür olmak üzere üç temel çalışma alanı vardır.

**Gösterge:** Gösterge biliminde anlamın en küçük birimine gösterge denir. "Gösterge, gösterenden, maddi nesne ve onun anlamı olan gösterilenden ibarettir. Bunlar sadece analitik amaçla birbirinden ayrılmışlardır. Pratikte bir gösterge daima şey-artı-anlamdır." (Williamson, 2001, 15).

**Metin:** Gösterge bilimsel çözümlenmelerde üzerinde çalışılan materyale metin denir. Yazılı metinlerin yanında çözümlenme yapılan bir fotoğraf, reklam-çizgi film-film afişi, duvar resmi gösterge bilimi için metin kavramına girer.

**Kod:** Mesajın belirli simgelerle işaret hâline dönüşmesi ve bunlar arasındaki ilişkilerin düzenlenme kurallarının tümü "kod" olarak tanımlanmaktadır, örneğin insan dilleri birer koddur.

**Metonimi:** *İletişim Sözlüğü'*nde metonimi "kastedilen şeyin, özgün olanın, bir özelliği olan başka bir şeyle temsil edildiği bir söz mecazı; bir şeyin parçasını ya da bir ögesini bütünü temsil edecek şekilde kullanma" (Mutlu, 2003: 82), şeklinde tanımlanır. Bir şeyin anlamını ifade etmek için ona ait başka bir şeyin gösterilmesi metonimi (düz değişmece)dir. Ormanı anlatmak için ağaçların gösterilmesi buna örnek gösterilebilir.

**Metafor:** Bir sözün anlamı dışında başka bir söz yerine kullanılmasına metafor (Eğretileme) denir. Örneğin "Sevgilim beyaz bir laleye benzer."

**Dizi/Dizim:** Birbirinin yerine geçebilecek göstergeler arasındaki ilişki dizi ilişkisidir. Dizi (paradigma) bir sistemdir. Bu sistem içinden seçim yapılır. "Kısaca seçme işlevidir. Bu anlamlandırma çeşidinde ikili karşıtlıklar ve seçilmeyen şeyler seçilen şeyin anlamını belirler." (Şimşek, 2013:245). Dizim (Sintagma) ise seçilen öğelerin yerleştirilmesidir.

### Görüntüsel Çözümlenmeler Tele-tabiler çizgi filminin görüntüsel anlamı



Şekil 4 Tele-tabiler çizgi filminden bir kesit

Şekil 4'te Tele-tabiler grubunu oluşturan dört eleman bulunmaktadır. Bunlar çizgi film boyunca beraber hareket ederler. Yaşadıkları yer doğal bir ortamdır. Yeşillik ve ağaçlardan oluşur. Medeniyet sembolü şehir ortamı yoktur ancak ilginçtir ki her bir tele-tabide şehirlilerin kullandığı farklı bir araç vardır: sihirbaz şapkası, plates topu, kaykay ve el çantası.

Renkler oldukça canlıdır. Tele-tabiler kırmızı, sarı, yeşil ve mavi renge sahiptir. Yeşilliğin üzerinde de renkli çiçekler vardır. Işık önden vurmakta, gölgeleri arkalarında kalmaktadır. Hava bulutlarla kaplıdır. Gökyüzü âdeta görünmez. Çizgi film 0-3 yaş aralığındaki çocuklara hitap eder.

### Tele-tabiler çizgi filminin gösterge çözümlemesi

Tablo 1 Tele-tabiler çizgi filminin gösterge çözümlemesi

Gösterge	İnsansı varlık	Şapka	Oyuncak	Mekân	İletişim
Gösteren	Tele-tabiler	Sihirbaz şapkası	Top, kaykay	Yayla	Göbeklerindeki ekran
Gösterilen	Cinsiyet farkının önemsizliği	Büyü	Eğlence	Toplumdan kaçış	Uzak durduğu toplumdan haber alma

Birinci gösterge insansı bir varlıktır. Bunu Tele-Tabiler gösterir. Bunlar; tombul, farklı ten renklerine sahip, aynı beden özellikleri gösteren, göbeklerinde ekran bulunan insansı varlıklardır. Bireylerde cinsiyet ayrımının gereksiz olduğu gösterilmektedir.

İkinci gösterge şapkadır. Bir sihirbaz şapkasıdır ama rengi siyah değil, alacalıdır. Siyah renk Tele-Tabilerin neşeli hayatında kötü, mutsuz bir unsur olacağından bu renk tercih edilmemiş olmalıdır. Gösterilen ise büyüdür. Ardında “baş edemediğin ya da anlamlandıramadığın metafizik konuları büyü ile açıklamalısın” mesajı vardır.

Üçüncü gösterge, oyuncaktır. Çocukların hayatındaki vazgeçilmez unsur oyuncak eğlenceyi ifade eder.

Dördüncü gösterge mekândır. Yayla gibi bir yer gösteren durumundadır. Gösterilen ise kendi küçük grupları ile mutlu olan bu insansı varlıkların toplumun diğer elemanlarından uzak durmayı tercih etmeleridir.

Beşinci gösterge ise iletişimidir. Göbeklerindeki ekran sayesinde uzak durdukları toplumla iletişim kurabilirler.

### Tele-tabiler çizgi filminin dizisel ve dizimsel çözümlemesi

Tablo 2 Tele-tabiler çizgi filminin dizisel-dizimsel çözümlemesi

Neşe	Keder
Unisex	Kadın-Erkek
Asosyallık	Sosyallık
Büyü	İnanç

Çizgi filmin çözülmesinde oluşturulan bu farklılıklar hedef kitleye verilmek istenen mesajın öğelerini meydana çıkarmaktadır. Dizisel çözümler aynı zamanda çizgi filmde kullanılan kodlardır. Üzülerek belirtilmelidir ki bu sevimli çizgi film subliminal mesajlarla doludur. Çizgi filme yerleştirildiği düşünülen subliminal mesajlar şunlardır:

- Kişi kendine uygun, kendine benzeyen küçük bir grupla gayet neşeli bir ömür sürebilir. Grup bunun için toplumdan kendini soyutlamalı, toplumun kurallarının geçerli olmadığı yeni bir dünya oluşturulmalıdır.
- İhtiyaç hâlinde, topluma ulaşılacak teknoloji yanlarında bulundurulmalıdır.
- Grubu oluşturan elemanların kadın ya da erkek olması önemli değildir. Toplu hareket edilir. Her şeyde beraber olunur, her zevk birlikte tadılır. Çizgi film boyunca hemen her yerde “sarılalım sıkı sıkı” ifadesi kullanılır. Bu cümlede masum bir kardeşlik var gibi görünse de ne yazık ki arka planda sapkın bir cinsellik duygusunu barındırdığı düşünülmektedir.

- Çizgi filmdeki büyü unsuru Yaratan'ı yok sayma, eş koşma anlamına gelir. Başa çıkılamayan bir mesele kendinden güçlü ve hiçbir şeye ihtiyacı olmayan bir varlığa sığınmakla değil büyü ile çözülmek istenmektedir.

Çizgi filmdeki karakterlerin başlarında bulunan şekiller hakkında herhangi bir fikir geliştirilememiştir. Bunların çeşitli geometrik şekiller mi yoksa bir şeyler ifade eden özel göstergeler mi olduğu konusunda yorum yapılamamaktadır.

Tele-tabiler adlı çizgi filmde gerçek hayatta karşılaşılacak, insana benzer karakterler, herhangi bir cinsiyete dâhil edilememektedir.

Çocuğun kendi bedensel varlığını ruhsal varlığı ile birlikte olduğu gibi kabullenmesini engelleyen etken günümüz mediasındaki bazı yayınlarda, çağdaş dünyanın çocuğa ısrarla sunduğu âdeta standartlaşmış ve tek tipleştirilmiş beden imajlarıdır. Kadın ve erkek cinsleri arasında, yaradılıştan gelen farklılıkların dışında, toplumsal alanda oluşturulmuş ve yerleşmiş farklılıklar da vardır. Bu, aynı zamanda, iki cins açısından belirlenmiş ve benimsenmiş toplumsal rollere de işaret eder.

Çocukların karakter seçiminde cinsiyetin büyük bir etkisi vardır. Kız çocukları kadın, erkek çocukları ise erkek karakterlerle özdeşleşmektedir. Bunun farkında olan bazı yapımcılar, çizgi filmlerde unisex (her iki cins için geçerli) karakterlere ağırlık vermektedir. Bu mantıkla oluşturulmuş bir çizgi filmi izleyen çocuk kendi cinsiyetinin farkına varmakta zorlanacak, hangi toplumsal rolü benimseyeceğini bilememekten kaynaklanan huzursuzluğu yaşayacaktır.

Günümüzde insanların artık kadın-erkek şeklinde değil de kadın-erkek-belirsiz şeklinde tasnif edilmesi esef vericidir. Bu durum demokratik olmayla ya da kişilik seçimine saygı göstermeyle açıklanamayacak kadar vahimdir.

### Şirinler çizgi filminin görüntüsel anlamı



Şekil 6 Şirinler çizgi filminin 1. bölüm afişi

Şekil 6'da Gargamel her zamanki siyah kıyafeti ile sihirli bir karışım hazırlamaktadır. Yüz ifadelerinde hain düşünceler hâkimdir. Pencerenin pervazında Şirin Baba ile iki şirin şaşkınlıkla Gargamel'i izlemektedir. Şirin Baba'nın kıyafeti kırmızı, diğer şirinlerinki ise beyazdır. "Şirinler" yazısı resimdeki kompozisyona yerleştirilmiş, Gargamel'in kazanından çıkan sarı dumanlarla aynı renktedir. Yazının üzerinde iki şirin daha vardır. Resimde mavi, kırmızı, sarı, siyah, beyaz renkler oldukça canlı bir şekilde kullanılmıştır. Gargamel'in hazırladığı karışımdan çıkan duman biraz sonra hayalet veya cin gibi bir varlığı dönüşmektedir.



### Şirinler çizgi filminin gösterge çözümlemesi

Tablo 5 Şirinler çizgi filminin gösterge çözümlemesi

Gösterge	İnsan	Küçük insanı varlık	Karışım	Çokluk
Gösteren	Gargamel	Şirinler	İksir	Birçok şirin
Gösterilen	Kötülük	İyilik	Sihir	Dayanışma

Tablo 5'e göre; insan göstergesi Gargamel göstereni ile verilmiş, gösterilen ise kötülük kavramıdır. İnsana benzeyen minik varlıklar ise Şirinler göstereni ile ifade edilmiş ve iyilik gösterilmiştir. Karışım göstergesinin göstereni Gargamel'in yaptığı iksirdir. Gösterilen ise sihir kavramıdır. Çokluk göstergesinin göstereni de birçok Şirin'in bir arada verilmesidir. Bu gösterenle dayanışma kavramı gösterilmek istenmiştir.

### Şirinler çizgi filminin dizisel ve dizimsel çözümlemesi

Tablo 6 Şirinler çizgi filminin dizisel-dizimsel çözümlemesi

Bir	Çok
Kötülük	İyilik
Acımasızlık	Yardımsızlık
Tek başlılık	Dayanışma içinde olma

Tablo 6'daki zıtlıklar çizgi filmde verilmek istenen mesajları içerir. Dizisel çözümler aynı zamanda kodlardır. Bir kişinin karşısında onunla mücadele eden bir topluluk vardır. Kötülüğün karşısında iyilik vardır. Çizgi filmin her bölümünün sonunda Şirinler kazanır. Birbiri ile dayanışma içindedirler ve yardımlaşır. Gargamel, büyücülüğü metonimize etmiştir.

Belki de birçoğumuz, Belçikalı çizer Peyo tarafından 1958'de oluşturulan bu çizgi film ile büyüdük. Çocukluk hayallerimizde bu köyü bulup onlarla iletişim kurmak vardı. Adı üstünde bu şirin çizgi filmin görünür mesajları evrensel değerlerdir. Kötülüğe karşı iyilik, dayanışma, yardımsızlık, mutlu yaşama... gibi. Ancak üzümlere bu çizgi filmde de subliminal mesajların var olabileceğini belirtmek gerekir.

*Gargamel*'in papaz cübbesiyle dini, para hırsıyla kapitalizmi simgelediği ifade edilen filmde, *Şirin Baba*'nın kırmızı şapkası ile Karl Marx'a benzemesi, komünal bir yaşam sürmeleri, her şeyin elbirliğiyle yapılışı, her bir şirinin belirli bir işi olması, farklı uzmanlıklarına rağmen, tüm Şirinlerin tamamen eşit olması, para kullanmamaları, tüm mülkiyetin ortak olması ve saf Marksizm geleneği ile ateist olmaları (köyde mabet yoktur) da filmin ideolojik boyutunun birer göstergesidir. Gargamel burjuvaziyi temsil ederken, kedisi Azman ise proletaryayı temsil etmektedir (Schmidt, 2003: 160, Aktaran: Kılıcı, 2009: 61).

Evrensel iletilerin verildiği çizgi filmlere bakıldığında onları üreten insanların yaşadığı ülkenin kültürel-toplumsal yapılarının etkililiği söz konusudur. Örneğin "Şirinler Ülkesi" olarak adlandırılan, zamanı belli olmayan bir mekânda geçen çizgi film (Güler, 2013: 213).

Çocuğa yapılacak en büyük kötülük ona ideolojik yaklaşımdır. Çocuk kendine empoze edilenlerin doğru ya da yanlış olduğunu ayırt edemez. Kendisine sunulan mesaj hoş bir kurgu, sevimli kahramanlar ve akıcı bir anlatımla verince düşünce süzgecinden geçirilmeden kabul edecek, hayatının ilerleyen yıllarını bunlara göre şekillendirecektir.

Çizgi filmin İngilizce ismi olan "smurfs" kelimesinin de "small man under red flag" (kırmızı bayrak altında yaşayan küçük adamlar) şeklinde bir açılımı olduğu öne sürülmüştür (Kılıcı, 2009: 61).

Bu iki çizgi filmin (Tele-Tabiler ve Şirinler) gösterge bilimsel çözümlemeleriyle ortaya konmaya çalışılan bilinçaltı olumsuz mesajların yanında *şiddet*, *ölüm* ve *cinsellik* kavramları da çizgi filmlere subliminal yöntemlerle sıklıkla yerleştirilmektedir. Ne yazık ki çocuklar

tarafından en çok izlenen en ünlü çizgi filmlerde bu tür mesajlar bulunmakta ve etki alanı oldukça geniş olmaktadır.

Televizyondaki şiddet bireyin saldırganlık davranışına model olmaktadır. Bazı araştırmacılar televizyondaki şiddet içerikli filmlerin izlenmesinin çocuktaki saldırganlık dürtüsünün "katharsis" aracılığıyla yol bulup boşalmasına neden olduğunu savunsalar da şiddetin çocukları olumsuz etkilediği görüşü yaygındır. "Bronfenbrenner'in Ekolojik Sistemler Teorisi'ne göre bir ekosistem ögesi olarak teknoloji tabanlı medya araçları çocuğa çevresel etki yapmakta, onların giyim tarzlarından canlandırdıkları karakterlere kadar davranışlarını etkileyebilmektedirler." (Ertürk, 2011: 53).

Televizyonda şiddet içerikli çizgi filmlerin yayımlanması çocuğu şiddete yönlendirmekle kalmıyor bazen de çocuğun kendini şiddete maruz kalan kurbanla özdeşleştirmesi sonucu psikolojik bunalımlar yaşayabiliyor.

"Medyadaki şiddetten etkilenen küçük yaşlardaki çocuklar, kendilerinin de şiddet kurbanı olabileceğini düşünmekte, korku ve kaygı geliştirmektedirler. Bu çocuklarda sık sık ağlama, kucak isteme, saldırganlık eğilimi, uyku bozuklukları, kekeleme, tuvalet alışkanlıklarında bozulma, güven sorunları, sosyal etkileşimden kopma, psikosomatik bozukluklar, benlik değerinde düşme, dikkat toplama sorunları ve depresyon eğilimi artmaktadır." (RTÜK, 2005).

Ayrıca belirtilmelidir ki şiddet kavramı da oldukça değişmiştir. Artık çizgi filmlerde vurmak, kırmak, dövmek yetmemekte; uçurumdan atmak, işkence etmek, gerçek hayatta var olmayan acayip yaratıklarla savaşmak, öldürmek, kimyasal silah kullanmak gibi abartılı yöntemler tasvir edilmektedir.

"Eskiden, Karagöz'ün Hacivat'a attığı bir şamar çocuğu güldürmeye yeterken, şimdilerde gözde olan Ağaçkakan çizgi kahramanı düşmanına dinamitler yağdırma ya da onu havan topuna koyup göğe fırlatma yoluyla küçük izleyicilerine gülme ögesi sağlamaktadır. Anlaşılan, ölümle şakalaşan bir kuşak yetiştirmektedir." (Yavuzer, 1982: 400).

Sorunların çözümü için şiddete başvurulmakta, bunun meşru olduğunu vurgulamak için komik unsurlarla bezenmektedir. Şiddet mesajını desteklemek için kırmızı, turuncu, sarı, yeşil gibi canlı renkler seçilmekte ve çizgi filmin içeriği aksiyon dolu olmaktadır. Şiddet içeren çizgi filmlerin bazılarında çizgi kahramanın yardımcısı olan ve belli ritüelleri gerçekleştirince sahip olabildiği değişik yaratıkların bulunması da dikkat çekicidir. Bu yaratıkların "Ejderha mı, kuş mu, yılan mı?" ne oldukları belli değildir. Birkaç canlıdan alınmış organlar birleştirilip yeni bir tür oluşturulmaya çalışılmıştır. Çizgi kahraman yaratığını küçük top veya saat gibi bir nesnenin içinde saklar, bir sorunla karşılaştığında topu yere çalar ve yaratık dev cüssesiyle savaşmaya başlar. Bunu izleyen çocuklar evlerinde yere çaldıkları toptan yaratık fırlamayınca kendilerini yaratık yerine koyup adeta canavarlaşmaktadırlar.

İnsanoğlunun en büyük zaafı cinsellik, en büyük korkusu da ölümdür. Bu yüzden insanı çok etkiler. Etkileyicilik oranını arttırdığı için kitle iletişim araçları ürünlerinde, bu iki büyük duygu, subliminal mesaj teknikleriyle en çok işlenen kavramlar olarak karşımıza çıkar. Fakat bu kavramlar medyada kullanılırken her zaman etik yollara başvurulmaz. Çizgi filme dair evrensel değerler genellikle doğrudan verilirken izleyicinin aklında iz bırakması istenen mesajlar bilinçaltına gönderilmektedir. "Bilinçaltı reklamcılık olarak adlandırılan reklamlar, çizgi filmlerden oyunlara, sinemadan reklama kadar pek çok yolla tüketicilere iletilmekte ve onları bilinçaltılarının savunmasızlığından faydalanarak yönlendirmektedir." (Güler, 2008: 140). Evrensel değerleri verdiği düşünülen çizgi filmler, çocuklara yönelik oldukları için tamamen zararsız kabul edilmiş, içerdikleri ölüm veya cinsellik unsurları fark edilmemiş, fark edilmiş olsa da hayal ürünü yapımlar oldukları ve çizgi karakterler kullandıkları için önemsenmemiştir. "Bunun temel sebeplerinden birisi de, bu temaların yüzeyde sunulan evrensel ve geleneksel dostluk, aile ve aşk gibi temaların ardına gizlenmiş olmasıdır." (Kılıcı, 2009: 57). Aslında belki de subliminal mesajlar içinde en tehlikeli olanları

bunlardır. Çocuğun kişilik gelişimini olumsuz etkilediği için toplumu temelinden sarsmak demektir. Çocuklara bilinçaltının açık olduğu, kendisine verilen her şeyin doğru ve masum olduğunu zannettiği bir dönemde bu tür ahlak dışı, sapkın duyguların verilmesi elbette ki ileriki yıllarda kişilik bozuklukları, sebebi belli olmayan depresyon halleri şeklinde kendini gösterecektir. Bu durum hem şahıslar hem de toplumlar için tehlikelidir. Hayatının tek gayesini şehvani duygularını sınırsız bir sapkınlıkla tatmin etmek olarak gören ve karşısına çıkan sorunları çözmekle uğraşmayıp kurtuluşu ölümden veya öldürmekte gören insanlardan oluşan bir toplumdan ilim, bilim, gelecek, başarı, mutluluk gibi güzel değerler adına bir şey beklenemez.



Şekil 7 Aslan Kral animasyonundan bir kare ve Karmakarışık animasyonunun afişi

Üzülerek tespit edilmiştir ki birçok çizgi filmin pek çok karesinde bu mesajlar gizlenmiştir. Bulutlara, çiçeklere, eşyalar arasına, çizgi karakterin elbisesine, fondaki kuleye, duvardaki tabloya... kısaca hemen her yere cinsellik ve ölümlerle ilgili sözcük ve -daha esef vericisi- şekiller subliminal metotlarla gizlenmiştir. İnsanlığın en önemli zaafı olan cinsellik ve en büyük korkusu olan ölüm, bilinçaltı mesajlarla daha çocuk yaşta zihinlere yerleştirilmek istenmektedir. Kanaatimizce bu dürtülerin bilinçaltına yerleştirilmesi sayesinde kitlesel etki etme kolaylığı sağlanacaktır. Cinsellik için *sex* sözcüğü, ölüm için *kill* sözcüğü ya da *kuru kafa* şekli kullanmışlardır. Bunlardan sadece birkaç tanesi, örnek olarak gösterebilmek için alınmıştır. Bilimsel bir çalışmada yer vermenin etik olmadığı kanaatine dayanarak edep dışı birçok resim hicap edilerek bu çalışmaya alınmamıştır.

## SONUÇ

Özellikle günümüz çocuklarının vazgeçilmez eğlence aracı olan çizgi filmler, animasyonlar, bilgisayar oyunlarında öne çıkan kavramlar dostluk, dürüstlük, kendine ve başkalarına güven, cesaret, güzellik, yardımseverlik, dayanışma, aile ve vatan sevgisi... vb. değerlerdir. Ama her yapım kendi üretildiği kültürün değerlerini, kendi yapımıcısının ideolojisini taşır. Kim tarafından hangi ideolojiye hizmet maksatlı yapıldığı bilinmeyen ürünler hiçbir incelemeye ya da bilimsel değerlendirilmeye tabi tutulmadan alınıp geleceğin emanetçisi olan çocukların körpe zihinlerine enjekte edilmemelidir.

21. yüzyılın ileri teknolojisi ile donatılmış hayatımızda maalesef çocuklar çok katlı apartman dairelerinde yeşili, toprağı görmeden yetişmekte, geleneksel çocuk oyunlarını oynayabilecekleri bir alana sahip olamamaktadırlar. Ev ortamına sığdırılmaya çalışılan enerji ise genelde televizyon, bilgisayar, tablet, ipad hatta cep telefonu gibi çeşitli elektronik araçlara kaymaktadır.

Çağın gereklerine uygun ihtiyaçları karşılayabilmek ve daha refah bir hayat yaşamak adına gece gündüz çalışan ebeveynler çocukları için ucuz bakıcı ya da ücretsiz eğitmen olarak televizyonu görmekte ama ne denli bir tehlikeyle karşı karşıya olduklarını görememektedirler. Bu çalışma ile bir nebze de olsa bilinçlendirme amaçlanmıştır. Evlerin başköşelerine yerleştirilen televizyon özellikle çocukları birçok programla olumsuz etkilemektedir. Bu etkinin olumlu ya da olumsuz olmasında izlenen programın niteliği, içeriği, o programın izlenme süresinin kısa ya da uzunluğu ve programın sunulduğunda gerçekleştirilen yönlendirilmeler önemli rol oynamaktadır (Akyüz, 2013: 121).

Asıl problem teknolojinin varlığı değil elde edilen teknolojik imkânların nasıl, ne ölçüde ve ne amaçla kullanmak gerektiğinin bilinmemesidir. Televizyon izleme süresi, izlenecek programın niteliği ve çeşidi kişiye ve yaşa uygun ayarlanmalıdır. Şirin (2006: 57), modern çağda her yaşta insanın televizyon karşısında eşit düzeyde olmasıyla karşımıza haberli kölelerin, yani kendisini ilgilendirsin veya ilgilendirmesin her şeyden haberli olmaya çalışan modern insan tiplerinin çıkmasından yakınmaktadır. Bu sınıfın en yaygın ve mağdur grubu ise çocuklardır.

“Çocuğun aşırı biçimde televizyon izlemesi onu okumaktan, sinema ve tiyatroya gitmekten, hatta arkadaşlarıyla oyun oynamaktan yoksun bırakmaktadır. Bütün bunların sonucunda çocuğun bedensel, zihinsel ve sosyal gelişimi olumsuz etkilenmekte, çocuklar yaşamaktan yoksun bırakılmaktadırlar.” (Akyüz, 2013: 121).

Eskiden birkaç tane televizyon kanalı vardı ve gün içinde belli saatlerde çocuk kuşakları yayınlanırdı. Bu çocuk programlarının başlayacağı saatte çocuklar televizyon başına geçer diğer zaman dilimlerinde kendilerine göre bir yayın olmadığı için izleme ihtiyacı hissetmezlerdi. Çizgi filmin hafta içi okul saatlerine göre ayarlanmış belli zaman dilimlerinde veya hafta sonu verilmesi, onu özlemle beklemeyi, günlük yaşantıda sadece o saati televizyona ayırmayı sağlardı. Günümüzde yüzlerce yerli-yabancı, kablolu-kablosuz televizyon kanalı var ve bunlardan onlarcası yirmi dört saat çizgi film yayını yapmaktadır. Bu durumda çocuk, evde olduğu her anını televizyon karşısında geçirme bahanesi bulmaktadır. Böylece aile içi iletişim zayıflamakta, çocukların uyku saati mevhumu ortadan kalkmakta, televizyondaki zararlı yayınlara karşı korunma olasılığı azalmaktadır.

Bir başka handikap da çizgi film kahramanlarıyla ilgili yan ürünlerin satışlarının da çizgi film endüstrinin en önemli gelir kaynaklarından olmasıdır. Çanta, giysi, oyuncak... gibi birçok yan ürünün satışından çizgi filmin gişe hâsılatından elde edilen gelirin kat kat fazlası kazanılmaktadır. Bu karakterlerin resimleri, figürleri ya da isimleri akla gelebilecek her türlü çocuk eşyasında kullanılmaktadır. Çocuklar da kendileriyle özdeşleştirdikleri bu karakterleri hayatlarının her yerinde görmek için bunların satın alınmasını istemektedirler. Çocuklara verilen fikir, “tükettiğin sürece varsın” düşüncesidir. Çocuk, çoğu zaman popüler kültür ürünlerini belirleyen, yerel olmaktan ziyade daha da küresel hale gelen ideolojik içeriklerle kuşatılmış bir dünyada yaşamaktadır. Bir başka deyişle, modern toplumun yüzyıllar içinde oluşturduğu “üretici-yurttaş-çocuk” postmodern toplumda yerini “tüketici-küresel-çocuk” a bırakmaktadır. (İnal, 2009: 43).

Çocuklara yönelik programlara cinsel öğelerin yüklenmesi, ürün yerleştirme yöntemiyle reklamının yapılması (alkol, sigara, ilaç vb.), gibi etik olmayan yöntemlerle tüketiciye ulaşmak için kullanılan bilinçaltı uygulamalar toplum yapısını bozabilecek etkiye sahiptir. Çocuklarda ve gençlerdeki alkol, sigara ve madde kullanımı, hırsızlık, obezite, okul başarısındaki düşüşler gibi riskli davranışlarla radyoda duydukları, televizyonda ya da video kliplerde izledikleri programlar arasında ilişki bulunmuştur (Klein ve diğerleri, 1993: 24-31; Aktaran: Akyüz, 2013: 122).

Charlie Chaplin, makinelerden çok insanlığa, zekâdan çok şefkat ve kibarlığa ihtiyacımız olduğunu söylemektedir. Bunlar olmadan yaşam şiddet dolu olur ve her şeyi kaybederiz der (Albayrak, 2013: 205).

Çocuklarımızı mutlu yarınlara taşıyabilecek medya teknolojilerini nasıl iyiye ve doğruya kanalize edeceğimizi düşünmeliyiz.

## ÖNERİLER

Çocukları televizyon yayınlarının zararlı etkilerinden korumak için ebeveynlere, eğitimcilere, medya kuruluşlarına ve devlete düşen görevler vardır.

### Aileye Düşen Görevler

Televizyonu evden uzaklaştırmak ya da çocuklara televizyon izlemeyi yasaklamak çözüm değildir. Televizyon izlemeyi sınırlandırma hususunu önce ebeveynler, kendilerine prensip edinmelidir. Açıkça ortadadır ki çocuk önce ailesini örnek alır. Bunun için ebeveynlerin topluca okumayı, tartışmayı, sohbet etmeyi alışkanlık haline getirmeleri, çeşitli yararlı boş zaman uğraşları bulmaları, geleneksel çocuk oyunları oynamaları, birbirleriyle özellikle de çocuklarıyla daha çok ilgilenmeleri gerekir. Özellikle anne, ister çalışan olsun ister ev hanımı, çocukları ile nitelikli vakit geçirmelidir.

Ayrıca anne babalar, televizyon programlarında, çizgi filmlerde ve reklamlarda yer alan bilgileri, mesajları nasıl değerlendirebileceklerini çocuklara öğretebilirler. Kendi kültürümüz doğrultusunda yayınlar izlemelerini salıklayabilirler.

### Eğitmenlere Düşen Görevler

Çocuk için ebeveynlerinden sonra gelen ilk idolü öğretmenidir. Onun için öğretmenin dediği doğru, yaptığı güzeldir. Aynı zamanda günlük yaşantısının oldukça önemli bir kısmını okulda geçirir. Çocuk ve kitle iletişim araçları ilişkisinde ortaya çıkabilecek olumsuzluklara karşı çocuklarımızı korumak, olumlu etkilerinden yararlanmalarını sağlamak ve bu konuda gereken bilinci oluşturmak için öğretmenler de üzerine düşeni yapmalıdır.

Öğretmenlerin çocuklara kitle iletişim araçlarını akıllı ve etkili bir biçimde kullanmayı öğretmeleri, kurguyla gerçeği ayırt etmelerine yardımcı olmaları gerekir.

2007'de öğretim programlarına konulan medya okur-yazarlığı dersine daha çok önem verilmeli, ders verimli hale getirilmeli, dersin önemi hususunda veli ve öğrenciler bilgilendirilmelidir.

### Medya Kuruluşlarına Düşen Görevler

Medyanın bu konudaki en önemli görevi çocuk haklarını ve onun bilgi edinmesini yaygınlaştırmak ve geliştirmek, çocuğu zararlı yayın ve medya programlarına karşı korumaktır.

Medya kuruluşları sadece tecimsel düşünmemeli milli kültürümüze uymayan, çocukların zihinsel ve fiziksel gelişimlerini olumsuz etkileyecek yayınları yapmamalıdır. Ticari kaygıdan ziyade milliyetçilik ve etik düşüncesi olmalıdır.

Özellikle başka kültürlere ait yabancı yapımların dilimize ve kültürümüze uymadığı ve etik olmayan mesajlar içerdiği düşünülürse medya kuruluşlarının yayın politikasıyla bu tür yabancı ürünlere karşı önlemler almaları gerekir.

Bir çizgi filmde ya da reklamda subliminal mesajın varlığını tespit etmek için özel analiz cihazları ya da laboratuvar çalışmaları gerekir. Kişiler kendi başlarına çok hızlı bir şekilde karelerinin sıralandığı böylece çizimlerin hareket kazandığı çizgi filmin hangi karesinde, neyin gizli olduğunu tespit edemez. Nasıl her gıda fabrikasında bir gıda mühendisi bulunuyor ve ürünleri sağlık açısından denetliyorsa aynen öyle de medya kuruluşlarında subliminal mesajların tespiti ve ayıklanması için özel yetişmiş, bu işin eğitimini almış mühendislerin çalıştırılması gerekir.

Çocuğa saygılı medya, keşfedilebilmiş kadarıyla bile olsa onun hayal dünyasını yok eden veya ortadan ikiye ayıran değil, hayal dünyasını bütünleştiren ve geliştiren medya olmalıdır (Albayrak, 2013: 205).

### **Devlete Düşen Görevler**

Son yıllarda ülkemizde çocukların zararlı yayınlara karşı korunması için bazı yararlı çalışmalar yapılmıştır. Ancak bunların yeterli olmadığı söylenebilir Devlete düşen başlıca görev ve sorumluluk uluslararası ilkelere uygun yasal düzenlemeler yapmak ve uygulanabilirliğini sağlamaktır.

Türkiye’de çocuklara yönelik yayıncılık da yeterli değildir. Aktif çocuk kütüphaneleri ya da halka açık kütüphanelerdeki çocuk bölümlerine ilişkin belgeseller hazırlanıp yaygınlaştırılmalıdır; çocuk kitaplarının, dergilerinin, gazetelerinin müzik, tiyatro ve diğer sanatsal anlatımların çocuk yönelimli film ve videoların gelişebilmesi ve özüksenebilmesi için devlet kaynak ayırmalıdır (Akyüz, 2013: 130-131).

Yazılı, yazılı olmayan, büyük çeşitlilik gösteren formatlardaki (televizyon, video, sinema, internet vb.) mesajlara ulaşma, bunları çözümleme, değerlendirme, eleştirme ve iletme yeteneği kazanabilmek şeklinde tanımlanan ve okul programlarına seçmeli ders olarak konan medya okur-yazarlığı dersi zorunlu hale getirilmelidir. Hatta bu dersin okulda öğrencilere verilmesiyle yetinilmemeli çeşitli kurslarla okul çağında olmayan kişilerin de derse katılmaları sağlanmalıdır.

### KAYNAKÇA

- Albayrak, Ahmet. (2013). Çocuğa saygılı medya anlayışı (Psiko-teolojik eleştirel yaklaşım). *I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı-1*. (s.199-206), haz. H. Yavuzer ve M. R. Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınlar
- Akyüz, Emine.(2013). Çocuğun bilgi edinme ve zararlı yayınlara karşı korunma hakkı. *I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı-1*. (s.115-132), haz. H. Yavuzer ve M. R. Şirin. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Ertürk, Yıldız Dilek (2011), Çocukluk çağı gelişim dönemlerine göre medya kullanımı, *Çocuk Hakları ve Medya*, haz. Mustafa Ruhi Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları
- Güler, Deniz A. (2013). Soyutun somutlaştırılması: Çizgi filmlerin kültürel işlevleri. *I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı-1*. (s.207-216), haz. H. Yavuzer ve M. R. Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Güler, Handan. (2008). Algıların ötesi: bilinçaltı reklamcılık, bilinçaltı reklamcılığın tüketici davranışları üzerindeki etkileri. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Gürel, Z., Temizyürek, F., Şahbaz, N.K. (2007). Çocuk Edebiyatı. Ankara: Öncü Kitap.
- İnal, Kemal. (2009). Türkiye’de Çocukluk: Nereye!. *Çocuk ve Medya*, 2.B.,ss. 28-29.Selda İçin Akçalı (der.), Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Kılıcı, Şule. (2009). Tüketim toplumunun bir formu olarak çizgi filmlerde çocukluk ve toplumsal cinsiyet temsilleri: Barbie, Bratz ve Winx Club. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Meriç, Cemil. (1986). Kültürden İrfana. İstanbul: İnsan Yayınları.
- Mutlu, Erol. (2003). İletişim Sözlüğü, Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Öncül, Remzi. (2000). Eğitim ve Eğitim Bilimleri Sözlüğü. İstanbul: MEB Yayınları.
- Özön, Nijat. (1981). Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü. Ankara: Türk Dil Kurumu Yayınları.
- Pembecioğlu, Nilüfer. (2013a). Gelecek kurguları ve medya algıları. *I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı-1*. (s.397-433), haz. H. Yavuzer ve M. R. Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Pembecioğlu, Nilüfer. (2013b). TRT Çocuk /Çocuklar için eğitim hedeflerinin eğlenceli içeriğe dönüşmesi sürecinin araştırılması. *I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı-1*. (s.473-511), haz. H. Yavuzer ve M. R. Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Rigel, Nurdoğan. (1993). Medya Ninnileri, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
- RTÜK, (2005). Televizyon Programlarındaki Şiddet İçeriğinin, Müstehcenliğin ve Mahremiyet İhlallerinin İzleyicilerin Ruh Sağlığı Üzerindeki Olumsuz Etkileri Araştırması.
- Şimşek, Sedat. (2013). Duygusal zekâ bağlamında medyada yayınlanan reklamların çocuklar üzerinde oluşturabileceği davranış biçimleri. *I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı-1*. (s.235-254), haz. H. Yavuzer ve M. R. Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Williamson, Judith. (2001). Reklamların Dili, Reklamlarda Anlam ve İdeoloji, Ankara: Ütopya Yayınları.
- Yavuzer, Haluk. (1982). Çocuk ve Suç. İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.
- Yolcu, Ergün. (2005). Bilinçdışı (bilinçaltı) reklam tartışmaları ve çalışmaları. *İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi*. Sayı:22, s. 203-210. İstanbul.