



Ondokuz Mayıs Üniversitesi  
Eğitim Bilimleri Enstitüsü  
İlköğretim Anabilim Dalı

**POPÜLER KÜLTÜRÜN İLKÖĞRETİM 8. SINIF ÖĞRENCİLERİ  
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN ÖĞRETMEN VE VELİ GÖRÜŞLERİ  
ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ  
(SAMSUN İLİ ÖRNEĞİ)**

**Hazırlayan**  
**Mevlüt YAMAÇ**

**Danışman**  
**Yrd. Doç. Dr. Alper KESTEN**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Samsun, 2013**



Ondokuz Mayıs Üniversitesi  
Eğitim Bilimleri Enstitüsü  
İlköğretim Anabilim Dalı

**POPÜLER KÜLTÜRÜN İLKÖĞRETİM 8. SINIF ÖĞRENCİLERİ  
ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN ÖĞRETMEN VE VELİ GÖRÜŞLERİ  
ÇERÇEVESİNDE DEĞERLENDİRİLMESİ  
(SAMSUN İLİ ÖRNEĞİ)**

Hazırlayan  
Mevlüt YAMAÇ

Danışman  
Yrd. Doç. Dr. Alper KESTEN

Yüksek Lisans Tezi

Samsun, 2013

## KABUL VE ONAY

Mevlüt YAMAÇ tarafından hazırlanan ‘‘Popüler Kùltürün İlköğretim 8. Sınıf Öğrencileri Üzerindeki Etkilerinin Öğretmen ve Veli Görüşleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi (Samsun İli Örneği)’’ adlı bu çalışma, \_\_/\_\_/\_\_\_\_ tarihinde yapılan savunma sonucunda oybirliği ile başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan: .....

Üye: .....

Üye: .....

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

\_\_/\_\_/\_\_\_\_

Prof Dr. Mehmet Aydın

Müdür

## **BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ**

Hazırladığım Yüksek Lisans tezinde, fikir aşamasından çalışmanın sonuçlandığı nokta arasında geçen tüm araştırma süreci boyunca, bilimsel ve akademik etiğe uygun hareket ettiğimi, tez içindeki tüm bilgileri yine aynı etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına göre hazırladığım çalışmada, doğrudan ya da dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım tüm kaynakları kaynakça kısmında sıraladığımı taahhüt ederim.

\_\_ / \_\_ / \_\_\_\_

Mevlüt YAMAÇ

## TEŞEKKÜR

“Popüler Kùltürün İlköğretim 8. Sınıf Öğrencileri Üzerindeki Etkilerinin Öğretmen ve Veli Görüşleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi (Samsun İli Örneği)” adlı yüksek lisans tez çalışmamın her aşamasında, görüş ve önerileri ile yol gösteren, desteğini ve dostluğunu esirgemeyen değerli danışmanım Yrd. Doç. Dr. Alper KESTEN’e teşekkürlerimi sunarım.

Varlığı benim için büyük şans olan, ortaöğretim ve yüksek öğretim hayatım boyunca maddi manevi yardımlarını benden esirgemeyen edebiyat öğretmenim Yasemin AÇIKGÖZ’e; Samsun’daki öğretim hayatımda desteğini hiç unutmayacağım sevgili dostum Kadir YALINKILIÇ’a; gerek akademik bakış açısı gerekse sosyal ve psikolojik desteği ile her daim yanımda olan; hayatın her alanında iletişim, paylaşım ve sentezi savunan, saygıdeğer hocam Yrd. Doç. Dr. Soner ERGÜL’e; düşünce ve eleştirileri ile her daim hayatıma ışık tutan değerli hocam Yrd. Doç. Dr. Kasım KIROĞLU’na en içten duygularıyla saygılarımı sunarım.

Bu çalışma süresince emeği geçen tüm öğretmenlere, velilere, öğrencilerime, arkadaşlarıma ve aileme teşekkürü bir borç bilirim.

Mevlüt YAMAÇ  
Samsun, 2013

## ÖZET

<b>Öğrencinin Adı-Soyadı</b>	<b>Mevlüt YAMAÇ</b>
<b>Anabilim Dalı</b>	<b>İlköğretim Anabilim Dalı</b>
<b>Danışmanın Adı-Soyadı</b>	<b>Yard. Doç. Dr. Alper KESTEN</b>
<b>Tezin Adı</b>	<b>“Popüler Kültürün İlköğretim 8. Sınıf Öğrencileri Üzerindeki Etkilerinin Öğretmen ve Veli Görüşleri Çerçevesinde Değerlendirilmesi (Samsun İli Örneği)”</b>

İçinde bulunduğumuz yüzyıl; teknoloji, bilişim ve küreselleşmenin tüm hayata damgasını vurduğu bir yüzyıldır. Bu yüzyılda medya, inanılmaz bir etki alanı yaratmayı başarmış ve tarihte hiç olmadığı kadar güçlü hale gelmiştir. İnsanların günlük yaşam tercihlerinden siyasi yönelimlerine, ekonomik yapılarından aile ilişkilerine kadar her alanda etkin olmayı başarmıştır. Bu derecede güçlü olan medyanın; geniş halk kitlelerine sunduğu popüler kültürün etkileri, üzerinde kafa yorulması gereken konulardan biridir. Bu etkilerin boyutlarını incelemek, çocukların bu etkiler karşısındaki davranış ve tepkilerini değerlendirmek amacıyla öğrenci velileri ve öğretmenlerle görüşmeler yapılmıştır.

Araştırma Samsun ilinde 11 ilköğretim okulunda görev yapan 11 sosyal bilgiler öğretmeni ve 11 öğrenci velisi ile sınırlandırılmıştır. Araştırmada nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan görüşme yöntemi ve yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Toplanan veriler betimsel analiz yöntemiyle değerlendirilmiştir. Araştırmanın sonucunda; popüler kültürün öğrencilerin günlük yaşam tercihleri üzerinde oldukça etkili olduğu, ailelerin olumlu ya da olumsuz şekillerde bu tercihlere etki edebildiği, popüler kültürün öğrencilerde yarattığı etkilerin eğitim hayatları bağlamında genellikle olumsuz olduğu ortaya çıkmıştır. Çocukların "oyun açıkları" açık alan oyunları ile giderilmeli; TV, internet, bilgisayar gibi araçların günlük kullanım süresi iki saati aşmamalı; hazır gıda ve gazlı içecek tüketimi mutlaka sınırlandırılmalıdır.

**Anahtar Sözcükler:** Kültür, popüler kültür, ilköğretim, medya, eğitim.

## ABSTRACT

<b>Student's Name-Surname</b>	<b>Mevlüt YAMAÇ</b>
<b>Strand</b>	<b>Primary Education</b>
<b>Supervisor's Name-Surname</b>	<b>Asst. Prof Dr Alper KESTEN</b>
<b>Thesis Title</b>	<b>Evaluation of the Impact of Popular Culture on Eighth-Grade Pupils in Primary Education Based on Teachers' and Parents' Opinions (in the Samsun Context)</b>

We are living in an age in which technology, information technology, and globalization have a huge impact on all aspects of life. The media in this century have successfully created an amazing sphere of influence and become more powerful than ever, influencing all aspects of human life – from daily preferences to political affiliations, economic structures to family relationships. The effects of popular culture that the powerful media feed to wide masses offer food for thought. Interviews have been conducted with parents and teachers in order to study the size of this impact and to assess the pupils' behaviour and reaction to it.

The present study is limited to 11 parents and 11 teachers of social sciences teaching in 11 primary schools in the city of Samsun. Of the qualitative research methods, the interview technique was selected, with a semi-structured interview form, and descriptive analysis was used for the data collected. The study concludes that popular culture exerts quite an influence on pupils' daily preferences, that families may have a positive or negative influence over these preferences, and that the effects of popular culture on pupils can in general be considered negative in the context of their educational lives. Children's 'hunger for play' must be satiated through open field games, time spent daily in front of the TV, on the Internet, and facing the computer screen must not exceed two hours, and consumption of processed food and carbonated drinks must be limited.

**Key Words:** Culture, popular culture, primary education, the media, education



## İÇİNDEKİLER

<b>TEŞEKKÜR.....</b>	<b>i</b>
<b>ÖZET.....</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>iii</b>
<b>İÇİNDEKİLER.....</b>	<b>iv</b>
<b>TABLolar DİZİNİ.....</b>	<b>vi</b>
<b>KISALTMALAR DİZİNİ.....</b>	<b>vii</b>
<b>BÖLÜM 1 GİRİŞ.....</b>	<b>1</b>
1.1 Problem Durumu .....	1
1.2 Araştırmanın Amacı .....	3
1.3 Araştırmanın Önemi .....	4
1.4 Denenceler.....	5
1.5 Sayıtlar.....	5
1.6 Sınırlılıklar.....	5
1.7 Araştırmanın Temel Kavramları.....	6
<b>BÖLÜM 2 KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....</b>	<b>7</b>
2.1 Kültür.....	7
2.2 Popüler Kültür .....	8
2.2.1 Popüler Müzik.....	11
2.2.2 Popüler Kültür Ürünü Olarak Futbol.....	12
2.2.3 Popüler Kültür Ürünü Olarak AVM'ler .....	13
2.2.4 Fast Food.....	14
2.2.5 Marka Bağlılığı/Bağımlılığı.....	18
2.2 Medya .....	22
2.2.1 Televizyon .....	25
2.2.2 Bilgisayar ve İnternet .....	29
2.3 İlgili Araştırmalar .....	36
2.3.1 Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar .....	36
2.3.2 Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar.....	40

<b>BÖLÜM 3 YÖNTEM.....</b>	<b>44</b>
3.1 Araştırma Modeli.....	44
3.2 Çalışma Grubu.....	45
3.3 Verilerin Toplanması.....	47
3.4 Verilerin Analizi.....	49
<b>BÖLÜM 4 BULGULAR VE YORUMLAR.....</b>	<b>50</b>
4.1 Popüler Kültür Algısı.....	50
4.2 Bilgisayar ve İnternet Kullanımı.....	51
4.3 Televizyon İzleme Alışkanlığı.....	56
4.4 Popüler Kültür-Öğrenci İlişkisinde Dış Faktörler.....	59
4.5 Popüler Kültürün Çocuklar Üzerindeki Etkileri.....	65
4.6 Popüler Kültür Eğitim Hayatı İlişkisi.....	71
4.7 Popüler Kültüre Yönelik Diğer Görüşler.....	75
<b>BÖLÜM 5 SONUÇLAR VE ÖNERİLER.....</b>	<b>77</b>
5.1 Sonuçlar.....	77
5.2 Öneriler.....	82
<b>KAYNAKÇA.....</b>	<b>86</b>
<b>EKLER.....</b>	<b>100</b>

## **KISALTMALAR DİZİNİ**

MEM: Milli Eğitim Müdürlüğü

RTÜK: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

TV: Televizyon

AVM: Alışveriş Merkezi

CD-ROM: Bilgi ve verileri, kalıcı olarak kaydetmeye yarayan elektronik kayıt cihazı

DVD: Çok amaçlı optik-disk teknolojisi.

# BÖLÜM I

## GİRİŞ

### 1.1 Problem Durumu

Çağımızda popüler kültür, hayatın her alanında kendini gösteren, etkileri ve yansımaları ile günlük yaşamdan iş yaşamına kadar her alanda varlığını hissettiren bir olgudur. Daha da ötesinde popüler kültür, çalışma hayatının sınırlandırılmasıyla ortaya çıkan 'serbest zaman'ı dolduran hemen her şeydir. Bilgi ve teknoloji olarak geldiğimiz noktada, küreselleşme ile paralel olarak popüler kültür ürünleri de hızla ve kaçınılmaz bir şekilde hayatlarımıza girmektedir. "Popüler kültür, sanayi ve teknolojinin gelişmesi, kent yaşamının genişlemesi ve çeşitlenmesiyle meta olarak tüketilmeye başlanmıştır" (Düzgün, 2004: 1). Özellikle ülkemiz açısından ele alacak olursak, 1980 sonrası piyasa şartlarına bağlı olarak mal ve hizmetler bol ve çeşitli hale gelmiştir. Dolayısıyla, popüler kültürün asıl alıcısı durumunda olan geniş halk kitlelerinde, üst tabaka insanların yaşam biçimlerine özlem ve özentisi büyük ölçüde artmıştır. İnsanlar, kitle iletişim araçlarının da etkisinde kalarak; dizilerdeki ve filmlerdeki gibi yaşamaya çaba gösterir hale gelmişlerdir (Özkan, 2006: 33-34).

Gelişen teknolojilerle birlikte belli merkezlerden kitlesel olarak kültürel üretim yapılmakta ve üretilen bu ürünler geniş kitleler tarafından pasif şekilde tüketilmektedir. Temel mantığı "kullan at" olan ve çok satan her şey, popüler kültür içinde değerlendirilmektedir. Sadece eşyalar değil insanlar da meta haline getirilebilir. Bir gün önce kalabalıklar arasında fark edilmeyen ve önemsenmeyen bir birey, medya sayesinde bir anda popüler olup tanınan ve sevilen biri haline gelebilmektedir. Kalabalıklar, medyanın ve kitle iletişim araçlarının sunduğu "ikon"lara tapınmakta ve yerine yenisi koyuluncaya kadar onunla oyalanmaktadırlar (Düzgün, 2004). Bu olgunun sosyal, siyasal, ekonomik kısacası kültürel boyutları kaçınılmaz olarak çocuklar üzerinde de kendisini göstermektedir. Popüler kültür olgusu içinde yer alan televizyon, bilgisayar ve internet, fast food, marka alışkanlığı gibi kavramların çocukları, iletişim teknolojilerindeki hızlı ilerlemeye paralel olarak önemli ölçüde etkilediği

düşünülmektedir. Popüler kültürün bu denli etkili olması elbette ki medya sayesinde. Çünkü medya, toplumsal değerlerin, insan ilişkilerinin, yaşam biçimlerinin, nesnelerin ve ikonların gündemde olması ya da gündem dışı kalmasının tek belirleyicisi durumuna gelmiştir. Bu çağın devasa gücü olan medya, gerek toplumlar gerekse bireyler üzerindeki hâkimiyetini giderek artırmaktadır. Dünyadaki yeri ve etki alanı dolayısıyla ‘dördüncü güç’ olarak anılan medya sayesinde popüler kültür, etki alanını hızla genişletmektedir. Popüler kültürün modernleşmenin getirdiği gündelik yaşamın, işten arda kalan ‘serbest zaman’ ı dolduran kültür olduğu; gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtulmaya araç olduğu; yapay mutluluklar yarattığı; kitlelerin tüketmesi için hazırlanan ‘standart’ özelliklere sahip olduğu; halkları uyuşturduğu ve derinlemesine düşünmeye mani olduğu düşünülmektedir (Bektaş, 1996; Batmaz, 1981; Düzgün, 2004 ).

Popüler kültürün en önemli ürünlerinden biri televizyondur. Medya organlarının başında gelen televizyon; bilgisayar ve internetin egemenlik sahasını genişletmesine ve güncelliğini korumasına rağmen, geniş kitlelere rahatça ulaşabilen ve de popüler kültürün kitlelere ulaştırılmasını sağlayan en önemli kanaldır. Evinde oturan bir insanı, rahatlıkla tüm dünyadan haberdar eden, onu bilgilendiren ve eğlendiren televizyon kitle iletişiminde yeri yadsınamayacak bir araç olma özelliğini korumaktadır. Televizyonla birlikte birçok olay ve olgu popülerleştirilmekte ve magazinleştirilmektedir. Toplumsal ve siyasal olaylar da dâhil olmak üzere birçok şey, izleyiciye gerçek değerinin dışında sunulmaktadır. Televizyon ile insanlar verilen alan edilgen bir ‘kitle insanı’na dönüştürülmektedirler. Sunulan şeyler, gündelik hayattan sıkılan ve yorulan insanlar için bir tür ‘kaçış’ olmaktadır. Toplumsal yaşamdaki hızlı değişim karşısında sıkıntı ve umutsuzluk duygularına kapılan insanlar, popüler kültüre ve onun ikonolojisine gereksinim duymaktadırlar. İnsanlar, istedikleri etkinliklerden çok ulaşabilecekleri etkinlikleri tercih etmektedirler. Televizyon, yaygınlığı ve program çeşitliliği sebebi ile diğer bazı serbest zaman etkinliklerinin ulaşılır olmadığı durumlarda alternatif bir serbest zaman etkinliği olarak karşımıza çıkmaktadır. (Oskay, 1982; Bahar, 2007; Cesur ve Paker, 2007; Güllüoğlu, 2011). Üst, orta ve alt sosyo-ekonomik düzey olarak bakıldığında, toplumun her tabakasına hitap eden ve her eve rahatlıkla giren televizyon, elbette ki çocuklar üzerinde de büyük etkiler yaratmaktadır. Henüz biyolojik ve psikososyal gelişim evrelerini tamamlamadığı için ‘‘çocuk’’ olarak tarif edilen kişilerin,

televizyon ile olan ilişkileri çok ve çeşitli araştırmalara konu olmuştur. (Düzgün, 2004; Adak, 2004; Ayrancı vd. 2004; Şahin, 2005; Arslan vd. 2006; Cesur ve Paker, 2007; Aksaçlıoğlu ve Yılmaz, 2007). Amerikan Pediatri Akademisi tarafından yapılan çalışmada, çocukların haftada ortalama 16-17 saat televizyon izledikleri belirlenmiştir. Ayrıca; televizyonun, şiddet ve saldırgan davranışlar, cinsellik, akademik performans, beden kavramı ve benlik imajı, beslenme, diyet ve obezite, madde kullanımı ve istismar örüntüleri üzerinde negatif etkilerinin olduğu da gözlenmiştir (Akt. Arslan vd. 2006: 399). Televizyon yayınlarının niteliği ile paralel bir şekilde çocuklar, hızla yetişkinlerin dünyalarına girmektedirler. Yetişkinlere özgü düşünce ve davranış kalıplarının, çok küçük yaşlardan itibaren çocuklarda görülmeye başladığı söylenebilir. Postman (1995), bunu çocukluğun yok oluşu olarak adlandırmaktadır.

Sonuç olarak kitle iletişim araçları, çocuklar için kaçınılmaz ve vazgeçilmez bir hale gelmiştir. Çocuklar, bu araçlarla popüler kültürün hem tüketicisi hem de yaygınlaşması bağlamında taşıyıcısı olmaktadır. Söz konusu durum, onların yaşamlarında, eğitim ortamlarında, duygu, düşünce ve tercihlerinde belirgin izler bırakmakta ve de çeşitli sorunlar yaratmaktadır. Bu sorunlara ilk önce tanık olanlar da tabii ki anne babalardır. Anne-babalar, çocukların kişisel, bedensel ve zihinsel değişimlerini kendi sosyo-ekonomik düzeyleri çerçevesinde değerlendirebilme yetisine sahiptirler. Benzer durum öğretmenler için de geçerlidir. Aile içerisinde çıkan çocuğun ikinci adresi eğitim-öğretim ortamıdır. Dolayısıyla öğretmenler, çocuklar hakkında olumlu ya da olumsuz değerlendirme yapabilecek bir diğer bilgi kaynağıdır. Çocukların; zihinsel, bedensel, psikolojik ve toplumsal açılardan popüler kültürle ilişkileri, bu ilişkilerin somut sonuçları, araştırmamız kapsamında ele alınmış ve değerlendirilmiştir.

## **1.2 Araştırmanın Amacı**

Bu araştırmanın amacı, popüler kültürü irdeleyerek, bu kültürün ilköğretim 8. sınıf öğrencilerinin ilgi alanlarını, tutumlarını ve alışkanlıklarını nasıl etkilediğini, veli ve öğretmen görüşlerine bağlı olarak değerlendirmektir. Bu ana amaç doğrultusunda şu araştırma sorularına yanıt aranmaktadır:

- ✓ Popüler kültür, öğretmenler ve öğrenci velileri tarafından nasıl algılanmaktadır?

- ✓ Öğretmen ve öğrenci velilerine göre;  
Popüler kültür ürünlerinden bilgisayar ve internetin, öğrenciler üzerindeki etkileri nelerdir?  
Popüler kültür ürünlerinden televizyonun, öğrenciler üzerindeki etkileri nelerdir?  
Popüler kültürle ilişkilerinde öğrencileri dış faktörler (aile ve akraba çevresi, arkadaş çevresi, sosyal çevre) ne derecede etkilemektedir?  
Popüler kültürün çocuklar üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri nelerdir?  
Popüler kültür ilköğretim 8. sınıf öğrencilerinin eğitim-öğretim yaşamlarını nasıl etkilemektedir?

### 1.3 Araştırmanın Önemi

İçinde bulunduğumuz yüzyılda, bilimsel ve teknolojik alanlarda hızlı bir gelişim ve değişim yaşanmaktadır. Süreç içerisinde sürekli olarak yaşanan oldukça karmaşık ve çok boyutlu toplumsal gelişmeler, küresel değişimlere neden olmakta, meydana gelen ekonomik, sosyal, siyasal, kültürel alanlardaki değişimlerden en fazla etkilenen kesimlerin başında ise gençler ve çocuklar gelmektedir. Küreselleşen dünyamızda gençler, özellikle de ilköğretim öğrencileri kültürel açıdan genellikle pasif rollere sahiptirler. Zihinsel olgunluğa henüz tam olarak erişmemiş olmaları ve kendilerini sosyal çevrelerinde var edebilecek kişiliklerinin oturmamış olması, onları içinde buldukları dönemde moda olan düşünce, alışkanlık, ilgi ve tutumları sorgulamadan sahiplenmelerine neden olmakta ve popüler kültür karşısında onları savunmasız bırakmaktadır. “Gençler, toplumun büyük bir kısmı tarafından benimsenen ve diziler tarafından kendilerine dayatılan alışkanlıklar ve marka ürünlerle arkadaşları arasında prestij sağlama eğilimindedirler. İnsanların çoğu, özellikle de gençler; tüketim alışkanlıklarını reklâmlara, dizi ve filmlere göre belirlemekte, tükettikleri mallara göre toplumda yer edinme çabasına girmekte ve hayatın anlamını 'çok tüketim'le özdeşleştirmektedirler” (Düzgün, 2004).

Bu çalışmada, veli ve öğretmen görüşleri alınarak, popüler kültür öğelerinin öğrencilerin hayatlarına nasıl etki ettiğinin belirlenmesi amaçlanmış ve popüler kültürün yarattığı yaşam biçiminin sağladığı avantaj ve dezavantajlar ortaya konmaya

çalışılmıştır. Araştırma, popüler kültürle olan ilişkilerinde çocuklarımızın ne yaşadıklarını, bu kültürden nasıl etkilendiklerini, davranışlarındaki değişimlerin neler olduğunu ve tüm bunların eğitim hayatlarındaki yansımalarını ortaya koymak adına önem arz etmektedir.

#### **1.4 Denenceler**

Bu çalışmanın temel denencelerini şunlar oluşturmaktadır:

- ✓ Popüler kültür, ilköğretim öğrencilerinin günlük yaşamlarında etkili olmaktadır.
- ✓ İlköğretim öğrencileri, popüler kültür öğelerinin etkilerini eğitim-öğretim ortamlarına yansıtmaktadırlar.

#### **1.5 Sayıtlar**

Bu araştırma aşağıdaki temel sayıtlara dayalı olarak gerçekleştirilmiştir:

1. Araştırmanın örneklemini oluşturan öğretmen ve velilerin görüşmeler sırasında içtenlikle davrandıkları;
2. Veri toplama aracının geçerli ve güvenilir olduğu;
3. Toplanan verilerin gerçeği yansıttığı varsayılmıştır.

#### **1.6 Sınırlılıklar**

Araştırma; 2010–2011 eğitim öğretim yılında Samsun ili merkez ilçelerine bağlı 11 okulda görev yapan sosyal bilgiler öğretmenleri ve bu öğretmenlerin dersine girdikleri öğrencilerin 11 tanesinin velileri ile sınırlı tutulmuştur.

#### **1.7 Araştırmanın Temel Kavramları (Tanımlar)**

**Kültür:** Kültür, toplumda yaşayan insanların bütün öğrendiklerini ve paylaştıklarını kapsayan bir kavramdır. Davranış bilimlerinin incelendiği hemen her şey kültür tarafından biçimlendirilmiştir (Özkalp 2005: 95).



**Popüler Kùltür:** Herhangi bir tarihsel köke sahip olmayan, güncel ilişkiler içinde hemen hemen her gün yeniden kurulan ve yeniden içeriklendirilen, oluşum ve varlık koşulları piyasa tarafından sağlandığı için ulusal, geleneksel, yerel özellikleri çok fazla barındırmayan, dünyanın her yerinde geçerli bir meta olarak dolaşabilen kùltürdür (Kavram Sözlüğü II, 2006: 475).

**Medya:** Medya, iletişim sistemlerine verilebilecek en genel addır ve kitle iletişim araçlarının tümünü kapsayan bir kavramdır (Nalçaoğlu, 2003: 43).

## BÖLÜM II

### KAVRAMSAL ÇERÇEVE

#### 2.1 Kültür

Birçok bilim insanının üzerinde durduğu “kültür” kavramı, yine birçok farklı şekilde tanımlanmıştır (Storey 2000; Güvenç, 2002; Ültanır 2003; Erdoğan 2004; Gans 2007). Bu tanımlamalarda sosyal bilimlerin farklı dallarının ve bakış açılarının etkileri söz konusudur. “Kültür, son derece sade ve anlaşılır olmasına karşın sosyal bilimler alanında oldukça geniş bir yer kaplamaktadır. Ayrıca bu geniş alanın disiplinler arası olması ve her disiplinin kendine özgü bir kültür tanımının olması ve bununla da yetinmeyip her disiplin içerisindeki neredeyse her sosyal bilimciye göre konunun yeni bir betimlemeye tabi tutulması, kültür olgusunu ele almanın ne kadar zor olduğunu göstermeye yeter. Kültür, muhtemelen tarihsel sosyal bilimlerde kullanılan bütün kavramların en kapsamlısı olma durumundadır” (Çağan 2003: 23).

Antropolojik (ya da döneme özgü kullanımıyla etnografik) sayılabilecek ilk kültür tanımı Britanyalı antropolog E. B. Taylor’dan gelmiştir. Klasik yapıtı Primitive Culture’un (İlkel Kültür-1871) ilk cümlesinde Taylor şu tanımı getirir: “Kültür ya da uygarlık, geniş etnografik anlamda insanın bir toplum üyesi olarak edindiği, bilgi, inanç, sanat, ahlak, yasa, adetler ve diğer yeti ve alışkanlıkları içeren karmaşık bütündür” (Kavram Sözlüğü, 2005: 320). Latince “cultura” kavramından gelen ‘kültür’, önceleri “bir şeyi ekip yetiştirme veya bakma süreci” anlamında kullanılmıştır. Kültür kavramı 19. yüzyılın sonlarında antropolojinin kendini göstermesiyle derinlik ve anlam kazanmaya başlamıştır. Bu noktada kültür "belli bir toplumun üyelerinin sahip olduğu inançlar, adetler, gelenekler, yasalar, bilgi biçimlerinin birbirine bağlı topluluğu” biçiminde tanımlanmaya başlanmıştır (Alemdar ve Erdoğan, 1994: 167,168). Türkçedeki “ekin” karşılığında kullanılan cultura sözcüğü, ilk kez Voltaire, tarafından, insan zekâsının oluşumu, gelişimi, geliştirilmesi ve yüceltilmesi anlamında kullanılmıştır (Yılmaz, 2001; 66. Akt: Konukman, Emrah Alparslan, 2006) Uygur’a göre, kuşbakışı bir yaklaşımla “kültür”, insanın ortaya koyduğu, içinde insanın var olduğu tüm gerçeklik demektir. O’na göre “kültür” terimiyle insan dünyasını taşıyan, yani insan varlığını gördüğümüz her şey

anlaşılabilir (Uygur 1996: 17). Akay'a göre, kültür sözcüğü dilimize Fransızcadan geçmiştir. Sözcüğün kökü ise Latince'dir. Akay, kültür kavramını bilim, yazın ve sanat gibi kafa çabalarına mecaz yoluyla ilk aktaranların Fransızlar olmadığını Latinler olduğunu iddia etmektedir (Akay 2000: 3). Kültür, insanların ve toplumların gelenekleri, görenekleri, inançları, alışkanlıkları, deneyimleri, bilgi birikimleri, yaşam ve davranış biçimleri, düşünüş biçimleri gibi özelliklerinin bir yansımasıdır ve insana ve topluma dair bir özelliği ve görünümü anlatması bağlamında "toplumsaldır" ve "tarihseldir" (Güvenç, 2002: 101–102).

Kültür kavramı, ne yazık ki, ülkemizdeki kitle haberleşme araçları tarafından genelde çok dar anlamda kullanılmaktadır. Bu anlam daha çok güzel sanatlarla kısıtlanmaktadır. Örneğin bir sergi açılımı, bir konser, bir folklor gösterisi veya benzeri bir eylem, dar anlamda, genel kültür kavramıyla özdeşleştirilmeye zorlanılmaktadır. Bu kısır döngüye bağlı kalarak ayrıca, bazı tür sergi veya konser ve konferansların yapıldığı merkezlere yine "Kültür Merkezi" adı verilmektedir. Yani Avrupa dillerinde "Auditorium" (kulağa yönelik mekân) anlamındaki yerler için ülkemizde Kültür Merkezi ismi sanki kasten (!) kullanılmaktadır. Ayrıca halk arasında sıkça kullanılan diğer bir yanlış ifade de bu kavramın insanlarımız arasında ne kadar az tanındığını göstermektedir. "Kültürlü insan" veya "Bu kişi çok kültürlü" (yani görgülü, bilgili anlamında) gibi (Ültanır, 2003). Kültürü toplumsal yaşamın belli bir alanına göre (sanat, edebiyat, müzik vb) sıkıştırmamak gerekir. Kültür insanın yaşamının her alanındaki kendisi ve kendisine ait olanın ifadesidir, çünkü kültür, insanın yaşamını, geçmişten gelen deneyimleri ve birikimleriyle nasıl ürettiğini anlatır. İnsan kendini nasıl üretiyorsa, bu üretme yolu onun kültürüdür (Özkan, 2006).

## **2.2 Popüler Kültür**

Kültür kavramı içinde belki de en çok konuşulan olgu, popüler kültür olgusudur. İletişim çağında 'popülerlik' büyük bir ivme kazanmış ve küresel sosyo-ekonomik ilişkiler çerçevesinde gerek bireysel yaşamda gerekse toplumsal yaşamda önemli bir yere gelmiştir. 'Popüler'in tarihçesine bakıldığında günümüz kullanım şekliyle tam olarak örtüşmediği zamanla anlam genişlemesine uğradığı görülmektedir. "Popüler, başlangıçta Latince *popularis*'ten türeyerek halka ait anlamına gelen hukuki ve siyasal

bir terimdir. Ama aynı zamanda, aşağı (low) ya da değersiz (base) anlamı da vardır. Ancak 19. yüzyılda bayağı ve beğeni için hesaplılık anlamları da ölmemiş olmasına rağmen, popülerin tanımında bir perspektif değişikliği olmuştur. Popüler kültürün 'halk için' anlamı ise 18. yy'da Herder'e dayanmaktadır" (Williams 1984; 236-238 Akt: Çağan 2003: 31). Oktay'a (1994) göre popüler kültür gündelik yaşamın kültürü, dolayısıyla gerçekliğin olumsuz yanlarından kurtulmaya yarayan ve yapay mutluluklar üreten bir kültürdür. Oktay (1994) bu düşüncesini şöyle açıklamaktadır:

“Popüler kültür ürünlerinde dile getirilen fantazyalar egemen sınıfların karşısında yer alan sınıfların içinde üretilmiş olsalar bile günümüzün teknolojikleşen toplumlarında *aldanımçı/aldatımcı* bir karakter taşıdıkları ve dile getirdikleri bireysel/toplumsal beklentiler halk kesimlerinin gündelik pratikleri içinde ve büyük ölçüde iktidar bloğunun hegemonik kültürü bağlamında ve onun tarafından biçimlendirilerek üretildiği için, son kertede gerçekliğin görülmesini engeller” (s.23).

Orta çağda “halk” anlamı kullanımıyla başlayan popüler kültür, günümüzde çoğunluk tarafından “sevilen ve seçilen” anlamında kullanılmaktadır (Güngör, 1999,18, Akt: Özkan 2006). Yani popüler kültür; halka ait olan, halk tarafından seçilen anlamında kullanılmaktadır (Özgan ve Karadağ, 2009). Kitle iletişim araçlarının gündelik hayatın içinde daha baskın bir yer edinmesi, kültürel yapının popüler kültür yönünde evrilmesini kolaylaştırmıştır. İlk nüvelerini sanayi devrimi sonrasında gösteren popüler kültür, sosyolojik bir olgu olarak 1950’li yıllarla birlikte, ilk önce Amerikan akademik çevrelerinde, başlangıçta bir iletişim konusu olarak daha sonraları ise sosyolojik bir disiplin olarak ele alınmaya başlanmıştır (Çağan, 2003:10). Arık’a (2006) göre popüler kültür üzerine epey hacimli bir literatür birikmesine rağmen eleştirmenlerce bu kültürün ortak kabul gören bir tanımına ulaşılamamıştır. Arık (2006), popüler kültür üzerine iki temel görüş olduğundan bahseder ve şöyle der:

“Popüler kültürün “özgürleştirici veya hegemonik” özellikleri konusunda ana hatlarıyla iki görüş bulunmaktadır. Bunlardan birincisi, popüler kültürü kitle kültürüyle aynı olarak ele alır ve konuyu yüksek kültür ile kitle kültürü ikilemi tartışması içinde inceler; Marx, Gramsci, Althusser ve Frankfurt Okulu Temsilcileri popüler kültüre olumsuz yaklaşmakta, kitle kültürüyle eş görmekte ve kitleleri “güdüp yöneterek” “yanlış bilinçlendirdiğini” ileri sürmektedirler. İkinci görüş ise, popüler kültürü kitle kültüründen ayırarak, “halkın sesi” olarak görür ve özellikle tüketim anında halkın bilinçli tercihine vurgu yaparak popüler kültür içerisindeki özgürleşim olanaklarını işaret eder. İngiliz Kültürel Çalışmalar Okulu

(özellikle Raymond Williams ve Stuart Hall) ve onları takip eden De Carteau ve John Fiske popüler kültüre olumlu yaklaşan sosyal bilimcilerdir” (Arık, 2006).

Popüler kültür ile ilgili yapılan tanımlar incelendiğinde popüler kültürün, “an”lık haz veren, hayatımızın hemen her alanında –farkında olarak veya olmadan- etkisinde bulunduğumuz, toplumda egemen olan kültürün ayrılmaz bir parçası olan ve toplumun büyük bir kesimi tarafından paylaşılan bir kültür dejenerasyonu olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Popüler kültür, sanayinin ve teknolojinin gelişmesi, kent yaşamının genişlemesi ve çeşitlenmesiyle meta olarak tüketilmeye başlanmıştır. Popüler kültür ürünleri, kitle iletişim araçları/medya sayesinde evrensel bir boyut kazanabilmiştir. Gençler, toplumun büyük bir kısmı tarafından benimsenen ve diziler tarafından kendilerine dayatılan alışkanlıklar ve marka ürünlerle arkadaşları arasında prestij sağlama eğilimindedirler (Düzgün, 2004). Bu eğilim, hayatın her alanında az ya da çok kendini göstermektedir. Popüler olan her şey, kendini ifade aracı olarak benimsenebilmektedir. Burada üzerinde durulması gereken şey 'popüler'in sınırlarıdır.

Popüler kültür, içeriği çok ve çeşitli olan bir olgudur. Televizyondan popüler müziğe, reklamlardan futbola kadar sınırları çok geniş olan bir kavramdır. Bu kavrama; fast food alışkanlığı, alış-veriş, marka, AVM'ler, Hollywood sineması, aktörler, artistler, pop starlar, danslar, moda, cep telefonu, bilgisayar, internet, facebook, twitter, ünlüler, magazin programları, arabalar, tatil, eğlence sektörü, alkol ve sigara, vb. gibi daha niceleri dahil edilebilir. Bütün bunlar, günümüzde hemen hemen herkesin az ya da çok ilişkide olduğu hayatının çeşitli yerlerinde çeşitli boşlukları dolduran popüler kültür ürünleridir. Sanayi Devrimi sonrasında, insanların işçileşmesi ve çalışma saatlerinde kısıtlamaya gidilmesiyle oluşan boş zamanın doldurulmaya başlanması ile artan popüler kültürün hızı, küresel dünya düzenine paralel olarak gelişen teknoloji ile büyük bir ivme kazanmıştır. Artık, 'küresel bir köy'e dönüşen dünyamızda, popüler kültür ürünleri hayatın hızlı akışı ile geniş kitlelere ulaşabilmekte ve yine büyük bir hızla tüketilmektedir. "Popüler kültür, aslında her çağda var olmuş olan insan ihtiyaçlarını daha endüstriyel, daha süslü, renkli, canlı ve bol çeşitli olarak insanlara sunarak var olmaktadır" (Kozanoğlu, 2004: 165).

### 2.2.1 Popüler Müzik

Popüler kültür denilince ilk akla gelen kavramlardan biri olan popüler müzik, yetişkinlerin yanı sıra çocukların ve gençlerin yoğun olarak tükettiği bir üründür. Kitle iletişim araçlarındaki gelişmeye bağlı olarak popüler müzik ürünleri, hızlı bir şekilde ortaya çıkmakta, milyonlarca dinleyiciye rahatlıkla ve çok kısa bir sürede ulaşabilmekte ve aynı hızla unutulmaktadır. Örneğin son dönemde en çok dinlenen yabancı şarkılardan biri olan PSY'nin Gangnam Style adlı parçası bugün itibariyle en popüler video programı olan 'YouTube' da 1.523.305.674 kere 'tık'lanmıştır (<http://www.youtube.com>).

Geçmişten günümüze kadar her çağda müzikle karşılaşmaktadır. Tıpkı yetişkinler gibi çocuklar ve gençler de içlerindeki duygu ve düşünceleri müzikle dışa vurabilmektedir. Son dönemde gençlerin müzik tercihlerine bakıldığında ise popüler müziğin en çok tercih edilen müzik türü olduğu görülmektedir. Daha çok aşk, heyecan, mutluluk temalarını içeren bu müzik özellikle gençlerin ele avuca sığmaz duygularını yansıtmaktadır. Gençler, pop müziğin içerisinde değerlendirilebilecek olan bazen de buna alternatif olan Heavy Metal, Punk ve Rock gibi müzik türlerine de yoğun olarak ilgi göstermektedir (Akça ve Şenol, 2012: 9). Son yıllarda müzikte şiddet, cinsellik, isyan, gibi mesajlar daha sık vurgulanmaktadır. Bir müzik kanalında yayınlanan müzik videolarıyla ilgili bir içerik çözümlemesi çalışmasında, 42 karakterden 32'sinin müzik videolarında şiddet, saldırganlık ve pornografik unsurlara yer verildiği görülmüştür (Günindi, 2002: 60). Müzik eserlerindeki sözler, melodi ve ritm yardımıyla düz bir metne göre çok daha kolay ezberlenebilmekte ve yıllarca kalıcı olabilmektedir. Özellikle kimlik arayışının söz konusu olduğu çocukluk ve ilk gençlik yıllarında hayran olunan, sevilen şarkıcıların sözleri birey üzerinde çok önemli etkilere neden olabilmektedir (Göher, 2008). Popüler müziğe bağlı olarak; popüler müzik kanalları, müzik videoları, şarkıcılar, danslar, moda, pop starlar, pop star yarışmaları, ünlüler ve magazin programları çocukların ve gençlerin gündelik yaşamlarında büyük yer işgal etmektedir.

### 2.2.2 Popüler Kültür Ürünü Olarak Futbol

Bütün bunların yanında, çocukların ve gençlerin aşırı şekilde ilgi duydukları bir başka popüler alan ise futboldur. "Futbolun hem dünyada hem de Türkiye'de popülerlik kazanması, televizyonun artan oranda toplumsal hayata girmesinin yanında, Türkiye özelinde özel ve şifreli kanalların çoğalması arasında doğrusal bir ilişki vardır. Bunun yanında futbolcular arasındaki transfer ücretlerinin astronomik rakamlarının televizyonlarda sık sık gündeme gelmesi, konunun başka bir boyut kazanmasına neden olmaktadır" (Çakır, 2001: 184). Futbolcuların aldıkları paraların, buna bağlı olarak sahip oldukları mal ve hizmetlerin kalitesi, geniş halk kesimlerinin imrenerek baktığı bir yaşam tarzını işaret etmektedir. Futbolcuların dönemin en iyi arabalarına biniyor olmaları, en lüks semtlerde yaşıyor olmaları, en gözde yerlerde tatil yapıyor, en güzel eğlence mekanlarında eğleniyor ve en güzel mankenlerle çıkıyor olmaları, kitle iletişim araçlarıyla halka gösterildiğinde futbolun halkın gözündeki imajı, popülerliği kat be kat artmakta ve futbolu gıpta ile bakılan büyük bir popüler spor haline getirmektedir (Şentürk, 2007: 37-38). Bulunduğu toplumda yıldız futbolcular, bireyleri hem duygusal hem sosyal yönden etkilemektedirler. Bunlar, kitle iletişim araçları ile özdeşim kurulan birer obje haline getirilmektedir. İnsanlar, kendilerini o sporcuların yerine koyma ve onlar gibi olma duygusuyla futbola yönelebilmektedir (Kılıcıgil, 1998: 37). Özellikle çocuklarda ve gençlerde bu eğilim çok daha şiddetli olabilmektedir. Kendilerine model aldıkları ve idol olarak gördükleri popüler insanlara ilginin had safhada olduğu bir dönemden geçen çocuklar ve gençler, futbol konusunda da popüler kültürün tüketicisi konumundadırlar. Futbol maçlarına, futbol kulüplerine, futbol kanallarına, futbolculara, 'İddia' gibi şans oyunlarına, tuttıkları futbol takımının forma eşofman vb. ürünlerine müthiş bir şekilde ilgi göstermektedirler.

Popüler kültür kapsamına giren bir uğraş ve eğlence alanı olan futbol, günümüzde çok geniş bir etki alanına sahiptir. Sosyal, psikolojik, ekonomik ve hatta siyasal işlevleri olan bu oyunun çocuklar ve gençlerde yarattığı etki kuşkusuz çok büyüktür. Futbol, tıpkı yetişkinlerde olduğu gibi çocuklar ve gençlerde de stres atma, rahatlama, eğlenme, güzel vakit geçirme gibi olumlu sayılabilecek işlevlere sahiptir. Skorların önceden belli olmaması da sürekli bir umut ve merak duygusu yaratmaktadır. Bir futbol takımını destekleme, çocuklar ve gençler arasında çok yaygındır. Herhangi bir futbol takımını

desteklemeyen yok denecek kadar azdır. Çocuklar ve gençler 'ait olma duygusu' nu yoğun olarak hissetmekte ve özdeşim kurdukları takımları ile duygusal ve psikolojik bağlar geliştirmektedirler. Tüm bunlar futbolun ileride de popülerliğini koruyacağını göstermektedir. Futbol, evrensel bir spor olarak ve büyük bir endüstriyel sektör olarak var olmayı sürdürecektir; bununla birlikte geniş halk kitlelerini peşinden sürüklemeye devam edecektir.

### **2.2.3 Popüler Kültür Ürünü Olarak AVM'ler**

Popüler kültür denilince akla gelen kavramlardan biri de alışveriş merkezleridir. Modern kapitalist sistem bugün kendini, kentlerdeki alışveriş merkezlerinde ifade etmektedir. Tüketim toplumu olarak isimlendirdiğimiz günümüz toplumunda, bu merkezler kentlerin bir gerçeği konumundadır. Geçmişin üretimle ilişkilendirilen büyük kentleri, bugün tüketimin yoğunlaştırıldığı alışveriş merkezlerine ev sahipliği yapmaktadır. Modernleşme, sanayileşme ve kentleşme süreçlerinin bir ürünü olan bu mekanlar, bir yandan tüketimi hızlandırmakta diğer yandan da insanların boş zamanlarını buralarda değerlendirmelerine neden olmaktadır. İş yaşamı dışındaki zamanlarda bireyler, alışveriş yapmak, dinlenmek, eğlenmek, arkadaşlarıyla görüşmek gibi amaçlarla bu mekanları sıklıkla kullanır hale gelmişlerdir (Şentürk, 2012). Bütün bunlar, hızla değişen bir yaşam tarzını beraberinde getirmektedir. Artık günümüzde, tarihte hiç görülmemiş bir tüketim çılgınlığı yaşanmaktadır. Küçük esnafın rekabet edemeyeceği, küçük yatırımcıların boy ölçüşemeyeceği uluslararası şirketler, markalar ve tekeller piyasayı ele geçirmiş bulunmaktadır. İnsanlar, ne kadar tüketirse o kadar değerli kabul edilmektedir. Tüketim kültürü, en belirgin şekilde 'hızlı yemek' alışkanlığı ile kendini göstermektedir. Gittikçe hızlanan dünyada artık yemeğe ayrılan vakitten de kısıtlamaya gidilmiş ve ayaküstü atıştırma yaygın hale gelmiştir. Süreç içerisinde gittikçe büyüyen bir ekonomiye sahip olan hazır gıda sektörü üzerinde ayrıca durulması gereken bir inceleme ve tartışma alanıdır.



#### 2.2.4 Fast Food

Fast food, kısa sürede hazırlanan ve hızlı bir şekilde servis edilen, ayaküstü yenebilen, tost, sandviç, pizza, ekmek arası yiyecekler, hamburger, patates kızartması, şekerli yiyecekler ve asitli içeceklerin genel adıdır. Gerek ülkemizde gerekse dünyada popülerliğini gittikçe artıran ve hızla yaygınlaşan bir kültürün de adıdır. Giderek daha hızlı yaşamamızın gerektiği küresel dünyada, doğal olarak yeme-içme alışkanlıkları da bundan nasibini almaktadır. Yemek yapmak için ayrılan süreden kısılmakta, bunun yerine daha pratik olan 'ayaküstü atıştırma' tercih edilmektedir. Günümüzde, fast food denilince akla gelen ilk iki marka McDonalds ve Coca-Cola'dır.

Bugün Dünyanın en büyük fast food markası ve bu sektörün en yaygın adı McDonalds'tır. İlk McDonald's restoranı, 15 Mayıs 1940 yılında Dick ve Mac McDonald tarafından California San Bernardino'da açılmıştır. McDonald's bugün, 118'den fazla ülkede 32.000'den fazla restoranla hizmet vermektedir. Bunların 13.000'den fazlası Amerika dışında bulunmaktadır. Her gün dünyada ortalama 58 milyon insan McDonald's restoranlarını ziyaret etmektedir. Dünyadaki McDonald's restoranlarında çalışanların sayısı ise 1,6 milyondan fazladır. ABD'de nüfusun %98'i yılda en az bir kere McDonald's'a gitmektedir. Türkiye'de 27 yıllık geçmişi olan McDonald's Türkiye'de Anadolu Grubu (Anadolu Endüstri Holding) çatısı altında faaliyet göstermektedir. McDonald's, Türkiye'de 200'den fazla restoranı ve 5000'e yakın çalışanı ile yılda 100 milyona yakın kişiye hizmet vermektedir. McDonald's, Adana, Adapazarı, Afyon, Ankara, Antalya, Aydın, Balıkesir, Batman, Bilecik, Bolu, Bursa, Çanakkale, Denizli, Diyarbakır, Erzurum, Eskişehir, Gaziantep, Hatay, Isparta, İstanbul, İzmir, Karabük, Kayseri, Kocaeli, Konya, Kütahya, Malatya, Manisa, Mardin, Mersin, Muğla, Samsun, Sivas, Tekirdağ, Trabzon ve Yalova illerinde ve bu illere bağlı çeşitli ilçelerde faaliyet göstermektedir (<http://www.mcdonalds.com.tr/>). Fast food yiyeceklerin yanında en sık tüketilen içecek tabii ki Coca-Cola'dır. Coca-Cola ABD kökenli karamelize şekerle tatlandırılmış alkolsüz bir içecektir. 1886'da The Coca-Cola Company adıyla kurulan şirketin merkezi Georgia Eyaleti içerisinde bulunan Atlanta şehridir. II. Dünya Savaşı sonrası Amerikan yaşam tarzının bir simgesi olarak önce Avrupa'da sonra da tüm dünyada yaygın reklam kampanyaları ile büyük bir pazara

sahip olmuştur (<http://www.coca-colacompany.com/our-company/leading-the-industry-refreshing-the-world-responsibly>).

Simit, lahmacun, döner çeşitleri, kızarmış parça tavuk, balık-ekmek ve meşrubatlarla sınırlarını genişletebileceğimiz fast food yiyeceklerin ve gazlı içeceklerin, insan sağlığı üzerindeki etkileri ile ilgili çok ve çeşitli araştırmalar yapılmıştır (Aslan ve Attila, 2002; Pala ve Aytekin vd. 2003; Öztora, 2005; Küçükali, 2006; Yücecan, 2008; Beyaz ve Koç, 2009; Tam ve Çakır, 2012). Bu araştırmalara genel olarak bakıldığında; fast food kültürünün en başta aşırı kiloluluk ve obeziteye prevalanslarının (sıklığının) artışına neden olduğu ve de diyabete kapı araladığı görülmektedir.

Günümüzden yirmi yıl önce boş zamanlarını bahçelerde ve ya sokak aralarında oynayarak geçiren çocuklar, günümüzde gelişen teknoloji ve değişen sosyal yapının da etkisiyle artık zamanlarını televizyon ve bilgisayar başında geçirmektedirler. Beslenme alışkanlıklarındaki değişimle birlikte obezite prevalansının çocukluk ve adölesan dönemde gittikçe arttığı görülmektedir (Öztora, 2005: 1). Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) göre obezite; sağlığı bozacak ölçüde yağ dokularında anormal ve ya aşırı miktarda yağ birikmesidir. ABD Ulusal Kalp Akciğer ve Kan Enstitüsü, obeziteyi karmaşık, çok nedenli ve süregelen olan kalıtım ile çevre şartlarının etkileşiminden oluşan bir hastalık olarak tanımlamaktadır. Dünya'da son 10 yılda obezite oranı %33 artmıştır. 20 yıl içinde dünyanın en önemli sağlık sorunu olması beklenen obezite bir çok hastalığın da tetikleyicisidir (<http://www.kocaelidh.gov.tr/uploaded/file/guncel-saglik/obezite2.pdf>).

Obezite, çocuk ve adölesanların %25-30'unu etkileyen önemli bir beslenme problemidir. Çocukluk çağı obezitesi özellikle gelişmiş ülkelerde olmakla beraber bütün dünyada artan bir prevalansa sahiptir. Adölesan döneme obez girenlerin %50'sinin yetişkinlik döneminde de obez olması altı çizilmesi gereken durumlardır (Gürel ve İnan, 2001:39-46). Dünya genelinde yaklaşık 250 milyon kişinin şişman (obez) olduğu bilinmektedir. Dünya Sağlık Örgütü (WHO) 2025 yılında bu sayının 300 milyona ulaşacağını belirtmektedir. Şişmanlık sadece gelişmiş ülkelerin bir sorunu değil küreselleşmenin de etkisiyle gelişmekte olan ülkelerde de görülen bir sorun olarak dikkati çekmektedir.

Gelişmiş ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de yetişkin nüfusu oluşturan kadınların yaklaşık %65'inde erkeklerin ise %39'unda hafif ve orta derecede şişmanlık olduğu tahmin edilmektedir. Bu konuda ülke çapında yapılmış çalışmalar oldukça kısıtlı olmakla birlikte 1998 yılında yapılmış olan Türkiye Nüfus ve Sağlık Araştırması'na göre, kadınların %52.2'sinin BKİ'sinin (boy-kilo indeksi) 25.0'ın üzerinde; %18.8'inin BKİ değerinin ise 30 ve üzerinde olduğu tespit edilmiştir (Aslan ve Attila, 2002: 170). Ülkemizde yapılan çalışmalardan elde edilen sonuçlara göre 1993 yılı okul öncesi çocuklarda obezite sıklığı %2.2 olarak tespit edilmiştir (Gürel ve İnan, 2001: 39-46) Öztora (2005) 6-15 yaş arası çocuklar üzerinde yaptığı çalışmada obezite sıklığını kızlarda %15.7, erkekler %19.4 olarak tespit etmiştir. Akyol'un (1996) Ankara'da gerçekleştirdiği çalışmada da aynı şekilde yüksek sosyo-ekonomik düzeyde bulunan çocuklarda obezitenin daha sık görüldüğü sonucu ortaya çıkartılmıştır.

Öztora (2005), özel bir ilköğretim okulunda yüksek sosyo-ekonomik düzeydeki çocuklarda obezite prevalansı ve obezite gelişiminde rol oynayan risk faktörlerini ortaya koymak için yaptığı çalışmada 6-15 yaş arasındaki 299 çocuğu taramıştır. Çocuklarda antropometrik ölçümler yapmış, genetik faktörler, yeme alışkanlıkları, fiziksel aktivite, televizyon izleme ve bilgisayar kullanma süresini sorgulamıştır. Araştırma sonucunda, toplam obezite prevalansı %35.1 olarak tespit edilmiştir. Yaş ve cinsiyet açısından obezite için anlamlı bir farkın bulunmadığı çalışmada, televizyon ve bilgisayar başında günde 4 saatten fazla zaman geçiren çocuklarda obezite görülme sıklığı anlamlı olarak fazla çıkmıştır. Öğrencilerin %91.4'ünün okula servisle geldiği, tüm çocukların %69.6'sının öğün aralarında ve ya televizyon izlerken atıştırdığı ancak bu alışkanlığı olmayan çocuklarda obezite prevalansının yüksek çıktığı ortaya konmuştur. İşin ilginç tarafı çocuklarda haftalık fast food yeme sıklığı ile obezite arasında anlamlı bir ilişkinin saptanmamış olmasıdır. Öztora, çalışmasının sonuç bölümünde obeziteye karşı aile ve okulda gerekli tedbirlerin alınması gerektiğini, ailenin kontrollü ve model olması gerektiğini, okulda da beden eğitimi derslerine önem verilmesi gerektiğini söylemektedir.

Yüksek gelir düzeyi ile doğru orantılı olarak çocukların ulaşabildiği besin tüketim maddelerinin çokluğu ve çeşitliliği artmaktadır. Günlük enerji ihtiyacının üstünde gıda

tüketimi "enerji alımı = enerji tüketimi" temel denklemini enerji alımı lehine artırmaktadır. Özellikle son sınıf öğrencileri hazırlanmakta oldukları lise sınavları gerekçesiyle spor yapmamakta ve hareketsiz kalmaktadırlar. Alınan kalorinin harcanması için fiziksel aktivite yapılması ihmal edilmemesi gereken bir noktadır. Okulda yemek konusunda bir diyetisyen ile çalışılmalı, özellikle son sınıf öğrencileri için beden eğitimi dersi özendirilmelidir. (Öztora, 2005: 39)

Baltacı (2008) ya göre, ailede ve ergenlerde obeziteyi azaltmak için yapılması önerilen aktiviteler şöyle sıralanabilir:

- ✓ Evde fast food ve şekerli içecekler konusunda kısıtlamaya gidilmelidir.
- ✓ TV, sinema ve video oyunları günde iki saatin altına indirilmelidir.
- ✓ Çocukların günlük ev işlerine yardım etmesine izin verilmelidir.
- ✓ Okulda beden eğitimi ve beslenme programları desteklenmelidir.
- ✓ Okuldaki sportif faaliyetlere ve yarışmalara çocukların katılımı sağlanmalıdır.
- ✓ Güvenli ve mümkün olan her şartta yürüyüş tercih edilmelidir.
- ✓ Çocuklar okuldan gelip ev ödevlerinin başına oturmadan önce dışarıda bir süre vakit geçirmelidir.
- ✓ Şehirdeki rekreasyonel olanaklar araştırılmalı ve bilinmelidir.
- ✓ Çocuklara paten, ip, bisiklet vb. hediyeler seçilmelidir.
- ✓ Tatil yapılmalı; çocuğun katılımı sağlanmalıdır (s.17).

Fast food yeme alışkanlığının ileri derecede olmasının bir diğer önemli sonucu da diyabet hastalığına sebep olabilmesidir. Diyabet, tıpkı obezite gibi bugün sayısı ciddi rakamlara ulaşmış, çocuklarda ve gençlerde de görülmeye başlanan bir hastalıktır. Dünyada 2003 verilerine göre 150 milyon diyabetli vardır. Bugün bu oranın çok daha fazla olduğu öngörülmekte ve 2025'te iki katına çıkması beklenmektedir. Adölesan ve gençlerde diyabet prevalansının yükseldiği bilinmekte ve diyabetli insanların sağlıklı bireylere kıyasla ölüm riskinin 1.5 - 2.5 kat daha fazla olduğu ortaya konulmaktadır. Kanseri vakalarının da 2000-2020 yılları arasında gelişmekte olan ülkelerde %73, gelişmiş ülkelerde ise %29 oranında artacağı tespit edilmektedir. Bazı kanser türlerinin (meme-postmenopozal, kolon, endometrium, böbrek ve özafagus-adenokarsinoma) 1/5-

1/3 oranında nedeninin sağlıksız beslenme ve hareketsiz yaşam olduğu belirtilmektedir (WHO, 2003; Akt. Yücecan, 2008: 8-10).

Bütün bu olumsuzluklara rağmen fast food kültürü, TV, internet ve ya 'billboard' gibi kitle iletişim araçlarıyla insanlara ulaşmakta, özellikle de gençleri ve çocukları aşırı derecede etkilemektedir. Aileler, bu reklam bombardımanı karşısında çoğu zaman çaresiz kalmakta ve bu duruma karşı koyamamaktadırlar. İstesek de istemesek de bu kültür, hayatımızda önemli bir yer kaplamaktadır. Fast food ürünleri kadar onların markaları da çok önemli hale gelmiştir. Her ürün aynı oranda tercih edilmemekte; cazip markalar bol bol yapılan reklamlarla daha popüler ve dolayısıyla daha çok tercih edilen ürünler haline gelmektedir.

### **2.2.5 Marka Bağlılığı/Bağımlılığı**

Marka, bir ve ya bir grup üretici ve satıcının mal ve hizmetlerini belirlemeye, tanıtmaya ve rakiplerinininkinden ayırıp farklılaştırmaya yarayan isim, terim, sözcük, simge (sembol), tasarım (dizayn), işaret, şekil, renk ve ya bunların çeşitli bileşenleridir (Şahin, 2007: 3). Amerikan Pazarlama Derneği'nin marka tanımı şu şekildedir: "Marka bir satıcı ve ya satıcı grubunun ürün ve hizmetlerini tanımayı ve rakiplerinden ayırtırmayı amaçlayan bir isim, bir terim, işaret, sembol ve ya tasarımdır" (Çakır 2001: 42). En genel tanımıyla marka, herhangi bir işletme tarafından üretilerek, bir ya da birden fazla aracı kurum tarafından piyasaya sunulmakta olan mal ve hizmetlere bir kimlik kazandıran, ilgili ürünü rakiplerinden farklı kılan bir terim (Nestle, Motorola gibi), sembol ve ya şekil (Puma'nın panteri, Mercedes'in yıldızı gibi), isim (selpak mı? kağıt mendil mi?...) ve ya bunların kombinasyonudur (<http://www.gelisimadana.com/modules.php?name=Content&pa=showpage&pid=200>).

Marka tüketiciye, seçim kolaylığı sağlama, kalite açısından bilgi ve güven verme, malın iadesi, onarımı ve yedek parçasını sağlama, rekabet yolu ile üreticilere ve aracılara baskı yaparak sunulan malların kalitelerini artırma ve mamulleri tekrar satın alabilmelerini sağlama açısından yararlar sağlar (Cemalcılar, 1984). En temelde marka, tüketiciler için, ürünün işlevsel ve duygusal özelliklerini özetlemekte, bellekteki bilgilerin hatırlanmasına ve satın alma kararına yardımcı olmaktadır. Marka adı, bellekte kısa

süreliliğine çağrışım yarattığı gibi özellikle zaman baskısı altındaki tüketicilerin yaşayabilecekleri gerilimleri de düşürmektedir. Bununla birlikte marka, tüketicilerin alternatifler arasındaki seçiminde sürekli kalite garantisi sunarak tüketicilerin üstlendikleri riski de azaltır. Markanın bu özelliği şirket ile tüketici arasında bir kontrat, anlaşma özelliği olarak tanımlanabilir. Günümüzde tüketici tercihlerinin yönlendirilmesinin oldukça güçleştiği ve daha karmaşık bir pazar ve rekabet koşulları söz konusudur. Bu bağlamda marka hem tüketiciler hem de üreticiler açısından son derece önemli bir olgu haline gelmiştir (Moon 2003:5 Akt.: Şahin 2007 s 5).

Günümüz koşullarında insanlar için ürün ve hizmetlere erişmek oldukça kolaydır. Gelişen teknoloji ve mevcut ekonomik şartlar günümüz tüketicisini ürünlere para vermektense markaları tercih etmeye zorlamaktadır. Çünkü müşteriler markaların benzer ürünlere nazaran sağladığı artı değerleri aramaktadır (Eriş ve Kutlu, 2007: 2-3). Marka, 2000 yılında Berry'nin öne sürdüğü görüşe göre işletmeler için üründen daha önemlidir. Bu yüzden bu kavram pazarlama dünyası için son yıllarda git gide artan bir değer kazanmıştır. Şirketlerde markalaşma departmanları, marka sorumluları gibi birimler kurulmuştur. Marka demek bir çok insan için bir yaşam tarzı bir hayat görüşüdür. Günümüzde gençlerin çoğu belli markaları giyebilmek için birbirleriyle yarışmaktadır. Marka bir yerden giyinmek, marka bir yerde yemek yemek, marka bir şeyi içmek hayatımızda önemli bir yere sahip olmuştur. Bu yüzden marka günümüzün popüler bir kavramıdır (Şahin, 2007: 3).

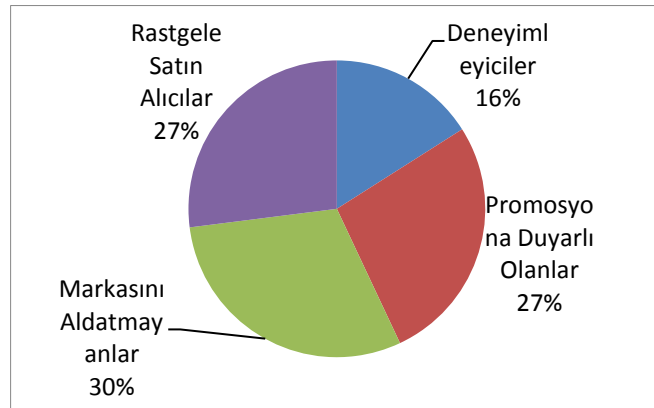
Türkiye'de özellikle 1980 sonrası yaşanan ekonomik ve toplumsal dönüşüm süreci yeni ürünler ve markaların gelişimini hızla artırmış ve bir çok ürün kategorisinde tüketicilerin marka bilincinin geliştiği gözlemlenmiştir. "Markalar" araştırmasının son bir kaç yıllık sonuçları, bunu gözler önüne sermektedir. 1994 ile 1997 yılları arasında marka bilinirliğinin şampuan için %65'ten %96'ya, bulaşık makinesi deterjanı için %43'ten %62'ye, 1995 ile 1997 arasında şişelenmiş su bilinirliğinin %80'den %92'ye, 1996 ile 1997 yılları arasında cep telefonu markaları bilinirliğinin %67'den %75'e, deodorant markaları bilinirliğinin %60'tan %74'e yükseldiği gözlenmiştir ( Aksoy, 1997:1).

Marka tercihi yapan tüketicilerin profilleri de değişiklik göstermektedir. Ersoy'a göre (Akt. Eriş ve Kutlu, 2007) müşteri tipleri hiyerarşisi Şekil 1'deki gibi resmedilebilir:



Şekil 1: Müşteri Tipi Hiyerarşisi

Karagüllü (2000, Akt. Eriş ve Kutlu, 2007) tarafından yapılan bir araştırma ise Türkiye'de müşterilerin dört farklı grupta değerlendirilebileceğini ortaya koymaktadır. Şekil 2'de müşteri tiplerinin oransal olarak gösterimi verilmiştir.



Şekil 2: Türkiye'de müşteri tiplerinin oransal gösterimi

Yukarıdaki şekilde de görüldüğü gibi Türkiye'de % 30 oranıyla en yaygın görülen müşteri tipi markalarını aldatmayan müşterilerdir. Bu gruptaki müşteriler markalarına sadık kalanlardır. Bu nedenle alışverişlerini planlı olarak yapmakta, alışveriş öncesi hangi ürünü ya da hizmeti alacaklarını belirlemektedirler. Fiyata karşı duyarlıdır. Karagüllü tarafından yapılan araştırma sonucuna göre bu grupta aile yapısı küçük ve ortalama 40 ya da daha yüksek yaşlarda insanlar bulunmaktadır. Müşterilerin % 27'sini oluşturan promosyona duyarlı müşteriler alışverişlerini planlamadan yapmaktadırlar. Satın alma kararı hizmeti ya da ürünü alma esnasında verilir. Genellikle bilinen

markaları tercih etme ve yeni ürünleri deneme eğilimindedirler. Bu gruptakiler 30-39 yaş arasını kapsamaktadır. *Deneyelimciler* grubunun ana satın alma davranışı, yeni ürünleri, markaları denemektir. Marka bağlılıkları bulunmayan bu grup promosyona da duyarlıdır. "Yenilikçiler" de denilen bu grup, aynı zamanda fiyata karşı duyarlılığı en düşük tüketicileri temsil eder; çünkü onlar için fiyattan çok yenilik önem taşır. Ülkemizde oranı %16 ile en küçük kesim olan bu kesimin yaş ortalaması 20-29'dur. Rastgele satın alıcıların ülkemizdeki müşteri tipleri içindeki payı % 27'dir. Alacağı ürün ya da markayı önceden planlamamaktadırlar (Eriş ve Kutlu, 2007: 4-5).

Zaten şirketlerin amaçlarından biri de müşterilerini, markasını aldatmayan, sadık birer müşteri haline getirmektir. Yani marka bağlılığı olan müşteriler yaratmaktır. Marka bağlılığı, tüketicinin belirli bir süre içinde bir ürün kategorisi içinde yer alan ya da daha çok markaya karşı takındığı olumlu tutum ve davranış tepkisi olarak tanımlanmaktadır. Marka bağlılığında, tüketiciler daha önceden satın alıp denedikleri bir markayı satın almayı sürdürmektedirler (Eriş ve Kutlu, 2007: 5). Marka sadakati de denilen bu kavram, tüketicinin markaya olan inancının gücü olarak da tanımlanabilir. Tüketicilerin bir markada belirleyici özellikler algılaması ve bu özelliklerden etkilenmesi, o markaya duyulan sadakatin (bağlılığın) artmasına neden olmaktadır. Marka sadakatinin temel ölçütü tüketicinin rakiplere göre ucuz ya da pahalı değerlendirmelerine başvurmadan markayı satın almaya devam etmesidir (Uztuğ 2003: 33).

Marka bağlılığı çeşitli açılardan (sağlık, kalite, güvenlik vb.) tüketicinin ihtiyaçlarını karşılayan marka ve ya markalara yönelmesi durumu olup olumlu bir tutum olarak algılanabilir iken marka bağımlılığı daha farklı bir tavidir. Marka bağlılığı veya marka sadakati uzun süreli memnuniyet, vefa minneti akla getirmekte iken marka bağımlılığı; alkol, uyuşturucu gibi bağımlılıkları çağrıştıran olumsuz bir alışkanlık biçimi olarak algılanmaktadır. Marka bağlılığında, daha önce alınmış ve kullanılmış olunan markadan memnun kalınmış ise genellikle sadakat sürdürülür, bir sonraki alışverişte biraz da alışkanlığın verdiği etkiyle yine aynı marka tercih edilir. Giysi, aksesuar, cep telefonu, bilgisayar gibi kişisel eşyalar satın alınırken tamamen ihtiyaçları gidermek ve başka insanlar üzerinde baskı yaratmak, imrendirmek, statü vurgulamak (ki bunların hepsi bir nevi şiddet türüdür) gibi bir niyet içermediği sürece marka bağlılığından bahsedilir. Öte



yandan marka bağımlılığında, duygunun altında bir mantık aramak yerine kuvvetli bir arzudan bahsetmek daha doğru olacaktır. Diğer bağımlılıklarda olduğu gibi aynı şekilde bunda da beynin belli bölgesinde oluşan arzu, yerine getirilmediğinde baş gösteren bir huzursuzluk söz konusudur. O markaya ulaşmak için kişi bencilce tavırlar sergiler. Markaya sahip olma arzusu sağlıklı düşünmenin önüne geçer. Bağımlısı olduğu marka olmadan kendini eksik hisseden kişi, o markayı satın alacak parası olmasa dahi borç alarak ya da başka yollara başvurarak arzu ettiği markaya ulaşmak isteyecektir. Bu kişi, söz konusu markayı girdiği forumlarda fanatik bir şekilde savunabilir. Bu etkiye nasıl girdiğinin farkında değildir. Bu konuda kendisini sorgulamaz (Kayın, 2001). Marka bağımlılığı ve tutkusu nedeniyle bazı gençler depresyona girmekte, yasal olmayan davranışlara yönelmektedirler. Popüler kültürde gençler, özdeşim kurdukları modellere benzemek için kendilerini zorlamakta, kendilerini ispat etmeye çalışmakta ve sonucunda belli markalara şiddetle ulaşma eğilimi göstermektedirler. Aileler de küçük yaşlardan itibaren 'Benim çocuğum en iyisine layık; en iyisini almalıyım' mantığıyla hareket ettiği için genç ilerleyen yaşlarında en iyi evi, en iyi seyahati, en iyi arabayı, en iyi markayı istemeye başlamaktadır. Anne babasının kredi kartlarını dilediği gibi düşünmeden kullanan gençlerin sayısı azımsanmayacak kadar fazladır. Hatta bu gençler, sınır konulduğunda ebeveynlerine şiddet uygulamaktan çekinmemektedirler (Tarhan, 2012).

Popüler kültür ürünlerinin, bu denli etkili olmasında kuşkusuz kitle iletişim araçları ve medyanın önemli rolü bulunmaktadır. Medya, hem popüler kültürün üretiminde hem de taşınmasında ve yaygınlaştırılmasında çok büyük görevler üstlenmektedir. Medya, popüler kültürden ayrılmaz bir hal almıştır. Popülerleri takip etmekte, popüler olanı sunmakta, popüler ürünler ve insanlar üzerinden reklam sektörünü de sürekli beslemektedir.

## **2.2 Medya**

Tüm canlılar doğaları gereği, varlıklarını güvence altına alabilmek için yaşadıkları ortam hakkında bilgi edinme ihtiyacı duymuşlardır. Tarih boyunca insanın bilgiye duyduğu gereksinim medyayı doğurup beslemiştir. Medyanın toplumların ve bireylerin yaşam biçimleri üzerinde yarattığı gelişmeler bilgi gereksinimini artırmış ve bu döngü sürekli hale gelmiştir. Son 50 yıl içerisinde uygarlığın bütün yönleriyle kaydettiği

gelişmenin yarattığı olanaklar, günümüzde medyaya yasama, yürütme ve yargının ardından gelen en büyük kuvvet olma özelliği kazandırmıştır. (TÜGİAD 1995: 3-5; Işık, 2007). Medya, iletişim sistemlerine verilebilecek en genel addır ve kitle iletişim araçlarının tümünü kapsayan bir kavramdır (Nalçaoğlu, 2003: 43). Kelime, Latince araç, ortam anlamlarına gelen 'medium' sözcüğünden gelir. İngilizcedeki 'media' sözcüğü, Latince 'medius' un çoğuludur. (Ankaralığıl, 2009). Kartal ve Kıncal'a (2009) göre medya; kitap, gazete, dergi, bilgisayar, televizyon, internet, video oyunları, müzik, film, CD-ROM, DVD, çağrı cihazları, cep telefonları, billboardlar olarak tanımlanabilir ve bilgiyi aktaran her araç ister basılı olsun ister elektronik olsun isterse dijital olsun bu tanımın içine girebilir.

Toplumu bilgilendirme ve eğlendirme işlevlerinin yanında medyanın; toplumu eğitmek, toplum çıkarlarını korumak suretiyle toplum hizmeti yapmak gibi modern ve demokratik toplumlar için vazgeçilmeyecek görevleri vardır (Balcı ve Gergin, 2008). Medya, üretilen kültür ürünlerini, insanların yaşam alanlarının içlerine, evlerine, oturma odalarına kadar taşır (Akbulut ve Erdoğan, 2009: 107-119). İnsanları, toplumun amaçlarına özendirir bir rol oynar. Bireyin, toplumsal düzenin sağlanmasında olduğu gibi, bu amaçların gerçekleşmesine de katkıda bulunmasını sağlama işlevi görür. Toplumsal rollerin tanınmasında, paylaşılmasında ve benimsenmesinde işlevi olan kitle iletişim araçları, bu rollerin yerine getirilmesindeki rızanın oluşmasında da oldukça etkili olmaktadır (Aktaş, 2007: 4). İlk bakışta insanları eğlendirici, eğitici vb. yönü ön planda olan medya, aslında bu özelliklerinin ötesinde yerel ya da uluslararası güçlerin propaganda veya manipülasyon aracı, ticari kuruluşu vb. olmak gibi özelliklere de sahiptir. Günümüzde aşağı yukarı dünyanın her yerinde toplumsal yaşamı kuşatıcı bir konuma gelmiş olan medya, kendi beklentileri doğrultusunda bir insan modeli kurmayı gerçekleştirmiş görünmektedir (Avcı, 2010; 126). Uysal'a (2006) göre, eleştirel medya çalışmaları medyanın egemen değerleri üreterek mevcut sistemin sürekliliğine katkıda bulunan ideolojik rolü dikkati çekmektedir. Medya, 'daha çok izleyici çekmek, daha çok kâr etmek' mantığı ile varlığını sürdürmektedir. Durum böyle olunca popüler kültürün sıradan, bayağı, tekdüze, birbirinin taklidi ürünleri medyada geniş yer bulmakta; öte yandan bu tür ürünler 'halk istiyor' gerekçesi ile meşrulaştırılmaktadır. "Olan şey şudur ki bir kaç kişi tarafından kurgulanan bir şey daha sonra hepimiz için aynı aldığımız

nefes gibi normal bir hale dönüşmekte ve olağan bir şekilde kabul edilip genellikle sorgulanmamaktadır. Aslında izleyici olarak bizler başkaları tarafından görmemiz ve duymamız istenmeyen sözcükleri, resimleri ve ayarlamaları görememekteyiz. Gördüklerimiz, duyduklarımız ve okuduklarımız sadece başkalarının görmemizi, duymamızı ve okumamızı istedikleridir" (Jolls ve Thoman, 2008 Akt. İnal, 2009; 19). Gelişmiş ülkeler, gelişmemiş ülkelere doğru teknolojisini aktarırken, bir taraftan bu teknolojiye yapışık olan ideolojilerini de aktarmaktadırlar (Aydoğan, 2009). Bugün dünyada dokuz şirketin tüm medya sistemlerine ve dünyaya egemen olduğu görülmektedir. Amerikan kökenli olan bu şirketlerin başlarında Time Warner, Disney, Bertelsman, Viacom ve RupertsMurdock's News Corporation gelmektedir (Koçer, 2009; 43). Dünya medyasına hakim başlıca holdingler ise şu şekilde sıralanabilir: Disney, CapitalCities, ABC, Time, Warner, Turner, Murdoch'un News Coporation, Bertelsman, General Electric, NBC, CBS Inc., NewHouse/Advance Publication, Viacom, Microsoft, Marta, Hachette, FiliPacchi, Gannett, Tele-Comminications Inc. (Bacaksız, 2010, Akt. Ulaş vd. 2012). Bu denli büyük ve küresel güce ve de etki alanına sahip olan medyanın, gençler ve çocuklar üzerindeki etkileri bir çok araştırmaya konu olmuştur (Arnheim, 1972. Sanders, 1994. Akçalı, 2009). Bu konu ile ilgili çalışmalara bakıldığında genel olarak şiddet potansiyeli taşıdığı üzerinde araştırmacıların hemfikir olduğu görülmektedir. Medyadaki unsurlar esas itibariyle ticari kaygılar taşıyarak hazırlanan yayınlardır. Her yaş grubundan bireyler cinsiyeti, eğitim düzeyi, ideolojisi be olursa olsun medyadaki şiddet potansiyeli ile karşı karşıyadırlar. Özellikle hayatın gerçek yüzüyle henüz yüzleşmemiş çocuklar için medya, büyük tehlikedir. Her ne kadar çeşitli yasal düzenlemelere başvurulsa da bunların caydırıcı olmadığı, aynı tehlikenin giderek büyüdüğü görülmektedir. Medyanın doğru okunması ve anne babaların çocuklarını medya karşısında savunmasız bırakmaması gerekmektedir (Ulaş, A. Halim, Epeçan, Cahit vd. 2012). Bütün bunların farkında olmak, toplumda medyaya karşı bir bilinç oluşması ihtiyacını doğurmaktadır (Bütün, 2010;16).

Medya denilince akla gelen ilk şey belki de televizyondur. Son derece yaygın olarak kullanılan hatta artık hayatımızın ayrılmaz bir parçası haline gelmiş olan televizyon, gelişen bilgisayar teknolojilerine rağmen hala popülerliğini korumaktadır.

### 2.2.1 Televizyon

Televizyon, günümüzde en kolay ulaşılabilen, en yaygın kullanılan ve en etkili kitle iletişim aracıdır. İlk olarak BBC'nin 1936 yılında İngiltere'de yayına başlamasıyla insanoğlunun yaşamına giren televizyon, süreç içerisinde gittikçe yaygınlaşmış, bir süre sonra da yaşam tarzımızı belirlemeye ve algılarımızı yönlendirmeye; tutum değer ve davranışlarımızı etkilemeye başlamıştır. Giderek önemli bir güç haline gelmiş ve temel bir toplumsallaşma aracı ve hayatımızın önemli bir parçası haline gelmiştir (Gönenç, 2004: 438-439; Taylan, 2011: 356). Sesin ve görüntünün uyumlu bir şekilde sergilendiği, her çeşit rengin ve sesin hızlı hareket akışlarıyla yeniden yaratımının sağlanarak kitlelere sunulduğu bu ürün, söz konusu etkileyici özelliklerinden dolayı hem yetişkinlerin hem de çocukların vazgeçemediği bir araç olma özelliğine sahiptir (Avcı 2010; 129). Televizyon, yazının, sözün ve görüntünün gücünü bir araya getirerek apayrı bir kültürel dönemin kapısını aralamakta, yeni dönem iletişim araçlarının kendi içlerinde bütünleşmelerini zorunlu kılmaktadır. Özellikle etkin ve yaygın bir araç olan televizyon, gerçekliği yeniden inşa ederek hayali bir dünya oluşturmaktadır. Televizyon aracılığıyla öğrenilen gerçek, kurgulanmış bir gerçektir (Sungur, 2007: 133). Bu gerçekliği kurgulayan televizyonun etkileri konusunda olumlu ve olumsuz birçok görüş ileri sürülmektedir. Genel olarak televizyonun; saldırganlık ve şiddete neden olduğu, bireyi bir fantezi dünyasına çekerek gerçeklerden uzaklaştırdığı, zihinsel tembellik yaptığı, tüketim beklentilerini değiştirdiği, aile içi etkileşime ve iletişime zarar verdiği, çocukları arkadaşlık ilişkilerinden uzaklaştırdığı, göz sağlığını bozduğu, hareketsizliğe neden olduğu için genel fiziksel gelişimi olumsuz etkilediği, kolay bilgi edinme alışkanlığı kazandırdığı için okumadan uzaklaştırdığı söylenebilir. Bunlara karşılık; bilgilendirme ve sosyalleştirme işlevleri olduğu, uygun programlar izlendiğinde dil ve zihin gelişimini desteklediği, kişinin günlük yaşantısında göremeyeceği görüntüleri göz önüne getirdiği, eğlendirdiği ve dünyadaki her türlü gelişmeden haberdar ettiği gibi olumlu etkileri olduğu da kabul edilmektedir (Şahin, 1990; Aral ve Aktaş, 1997; Ayrancı vd. 2004; Kaya ve Tuna, 2010; Doğan ve Göker, 2012).

Toplumun her kesimi, özellikle de buldukları gelişim dönemi itibariyle çocuklar, televizyondan en fazla etkilenen kitleyi oluşturmaktadırlar. Çocuklar, çok küçük yaştan itibaren televizyon ile sıkı bir ilişki içerisine girerler. Bu alışkanlık ileriki yaşlarda da

artarak devam eder (Bütün, 2010: 17). Televizyonun çocuklar üzerindeki etkilerini ortaya koymak üzere ülkemizde ilk araştırma Tokgöz tarafından 1982 yılında, daha sonra da 1995'te RTÜK tarafından yapılmıştır. Bunların yanında tıp, eğitim, iletişim alanlarında bazı bilim adamları da yaptıkları araştırmalarla televizyonun çocuklar üzerindeki etkilerini kendi meslek disiplinleri bağlamında ele almaya çalışmışlardır (Doğan ve Göker, 2012: 6). Özellikle eğitim alanında yapılan araştırmalar, bebeklikten başlayarak çocuğun geçirdiği her dönemde televizyondan farklı derecede etkilendiğini ortaya koymaktadır. Doğduğu andan itibaren fiziksel, bilişsel ve sosyal anlamda çeşitli değişimler geçirmeye başlayan bebeğin beyni, bir yetişkinin beyninden işlevsel açıdan farklı özelliklere sahiptir. Öyle ki, 0-2 yaş arasında, bebeğin durağan ve sakin zihinsel işlevlere gereksinimi vardır. Ancak televizyondaki değişken, akıcı ve hızlı görüntüler, bu dönemde televizyona yoğun şekilde maruz kalan bebeklerin kalıcı şemalar oluşturmasını güçleştirmekte ve beyindeki fiziksel gelişimi olumsuz yönde etkileyerek dikkatin sürekliliği üzerinde bozucu etkiye neden olmaktadır (Ertürk, Yıldız Dilek ve Akkor, Gül Ayşen 2006: 33-34). 1999 yılında Amerikan Pediatri Akademisi tarafından, 2 yaşından küçük çocuklara televizyon izlettirilmemesi ebeveynlere tavsiye edilmiş, televizyonun 2 yaşından küçük çocuklara olumlu bir etki yaratmadığı, hatta olumsuz etki yarattığı, çocuk programları eğlenceli de olsa bunların aileler tarafından eğitici olarak görülmemesi gerektiği belirtilmiştir (Brown, 2011: 1040).

Yapılan araştırmalarda, okul öncesi çocuklarda televizyon izleme ile dil gelişimi arasında negatif bir ilişki olduğu belirtilmekte; televizyon izlemeyen çocukların kelime haznesinin televizyon izleyenlere kıyasla daha çok geliştiği ifade edilmektedir. Ayrıca çocuğa sokak ağzı ve argoyu da televizyon öğretmektedir. Buradan hareketle televizyon izlemenin dil gelişimini olumsuz etkilediği söylenebilir (Evra, 2009: 57-59). 1980'lerin başında California Assesment Program (Kalifronia Değerlendirme Programı) tarafından, okul başarısı ile televizyon izleme arasında ters orantı olduğu açıklanmıştır. Buna göre, televizyonu yoğun bir şekilde izleyen çocuklar, televizyonu az izleyen ya da hiç izlemeyen çocuklara kıyasla okuma yazma ve matematiksel işlem becerilerini ölçen sınavdan düşük notlar almakta; en başarılı olanlar ise çok okuyan ve televizyonu az izleyen çocuklar olmaktadır. Bu sonuçların farklı sosyoekonomik düzeye sahip çocuklarda, ilköğretim ve lisede eğitim gören çocuklarda da benzer şekilde gerçekleştiği

vurgulanmaktadır (Evra, 2009: 67). 11-12 yaş sonrasında ergenlik dönemine giren çocuk, kim olduğunun, ne yapmak istediğinin ve yaşamına nasıl yöne vereceğinin cevaplarını ararken çeşitli rolleri denemekte ve artan bağımsızlık duygusu sonucunda kendi başına karar verme ve riskli olabilecek davranışlar sergileyebilmektedir (Strasburger ve Wilson, 2002: 13-14). Bu anlamda televizyon yayınlarında riskli davranışların çekici bir şekilde sunulması ile; cinsellik, şiddet, sigara ve madde kullanımı görüntüleri, bu tür olumsuz davranışların ergenler tarafından taklit edilmesi ihtimalini artırabilmektedir ( Öktem ve ark., 2006: 15). Örneğin Star TV'de yakın zamanda yayınlanmış olan "Küçük Sırlar" dizisi, ergenleri hedef alan, kahramanlarının lise ve üniversite dönemini konu eden, serbest cinsel ilişkinin yaşandığı, alkol ve sigara tüketiminin yoğun olarak gösterildiği ve paranın her şeyden önemli olduğu mesajını veren, bunların yanında ergen izleyiciye olumsuz örnek olabilecek pek çok unsuru barındıran bir diziydi. Yine ergenleri hedef alan, TRT'de geçmişte yayınlanmış olan "Koçum Benim" adlı dizi ise okul derslerinde başarılı olmanın ve sporun insan sağlığındaki önemini vurgulamakta; takım ruhu, arkadaşlık, dostluk, paylaşım ve fedakarlık gibi olumlu mesajlar içermekte ve ergenler tarafından ilgiyle izlenmekteydi (İrkin, 2012: 47-48). Ergenlerin riskli davranışları benimsemesi, ergen benmerkezciliğinin bir uzantısı olarak görülmektedir. Ergen, kendisini özel ve biricik olarak görmeye başlamakta, diğerlerinden farklı olduğuna ve başkalarının başına gelen kötü şeylerin kendisinin başına gelmeyeceğine inanmaktadır. Davranışlarının sonuçlarını hafife almaktadır (Strasburger ve Wilson, 2002: 15). Arkadaşlık ilişkilerinin büyük öneme sahip olduğu bu dönemde ergen için arkadaşları, özdeşim kurabildiği model olduğu gibi, televizyon dizilerinde ve filmlerindeki kahramanlar da model olabilmektedir. Örneğin, bir dönem liselerde "Kurtlar Vadisi" dizisindeki Polat Alemdar karakterini kendisine örnek alan ve onun gibi giyinen ve davranan erkek ergenlerin sayısı artmıştır (İrkin, 2012: 48).

Çocukların gelişim dönemlerine göre televizyon ile ilişkileri incelendiğinde, bebeklik çağından ergenlik döneminin sonuna kadar geçen sürede farklı boyutlarda da olsa mutlak suretle televizyondan etkilendikleri, bu etkinin olumlu ve ya olumsuz olmasının ise, televizyonda yer alan programların içeriklerinin belirlediği net olarak görülmektedir (Aral ve Aktaş, 1997; Öztürk, 1999; Oğuz, 2006; Akçalı, 2009; İrkin, 2012). Yapıcı'ya (2006) göre, modern topluma geçişle birlikte yükselen yaşam standartları, insanı

doğadan kopararak, beton mezarlara dönüşen kentlere hapsedmiştir. Dört duvar arasında doğup büyüyen, çalışan anne-babaların çocuklarını sağlıklı olarak büyütmesi, onlarla sosyal olarak bütünleşmesi giderek daha da zorlaşmaktadır. Bu zorluğu ortadan kaldırmanın yolu ise, dört duvar içinde hapsedilen çocuğu güvende tutmanın aracı olarak, bir kurtarıcı, bir bakıcı, oyalayıcı olarak televizyona düşmektedir. Anne babalar, çocuk eğitimi ve çocuk yetiştirme gibi zorunlu görevlerini 'elektronik bakıcı' olarak tanımlanan televizyona devretmişlerdir. Toplumsal bir fenomen olarak ele alınan ve bugün olası sonuçları irdelenen bu tür bir ebeveyn yaklaşımının, acı ve trajik ürünlerini insanlık yakın bir süreçte almaya başlayacaktır. Kontrolsüz ve bilinçsiz bir şekilde elektronik bakıcıların kucağına atılan çocuklar geleceğin dünyasında 'şiddet toplumu'nun kaçınılmaz bir üyesi olarak karşımıza çıkacaklar ve belki de hesap sormak isteyeceklerdir (Doğan ve Göker, 2012: 6).

Günümüzde televizyonun etkileri üzerine çok fazla araştırma yapılmış olup, devam eden bu araştırmalarda çocukların yetişkinlere yönelik programları da izledikleri kabul edilmektedir. Yetişkin programlarında şiddet ve saldırganlığın yanı sıra cinselliğin de olması çocukların bu tür zararlı içeriklere maruz kalmasına neden olmaktadır (Katz, 1989; Yavuzer, 1993; Aral ve Aktaş, 1997; Uysal, 2006; Ertürk vd. 2006). RTÜK, çocukları televizyonun zararlı etkilerinden koruyabilmek için yakın zamanda üç projeyi hayata geçirmeyi başarmıştır. Bunlar;

- ✓ Koruyucu Sembol Sistemi : Akıllı İşaretler Sembol Sistemi ismiyle 2006'da uygulanmaya başlanan proje, yayınlanacak olan programlardan önce ekranda yer alan semboller aracılığıyla ebeveynleri uyarmakta ve çocukları yayınların muhtemel olumsuz etkilerinden korumayı amaçlamaktadır.
- ✓ Medya Okuryazarlığı Projesi: MEB ile birlikte hazırlanan ve 2007'de uygulamaya konulan projenin amacı, ilköğretim okullarında 6, 7 ve 8. sınıflarda seçmeli ders olarak okutulacak "Medya Okuryazarlığı Dersi" ile öğrencilerin, yayınlara eleştirel gözle bakabilmelerini, genel anlamda televizyon yayınlarına ilişkin farkındalık oluşturmalarını ve gerçek ile kurguyu ayırt etmelerini sağlamaktır.

- ✓ İyi Uykular Projesi: 2010'da hayata geçirilen bu proje ile RTÜK tarafından hazırlanmış olan spotlar, yayıncı kuruluşlar tarafından 21.30'dan itibaren ekranlarda gösterilmektedir (İrkin, 2012: 50).

Bu projelerin ne kadar etkili olduğu ileriki süreçte ortaya çıkacak ve yapılacak olan araştırmalarla tespit edilebilecektir. Ancak, bilinmesi gereken nokta, televizyonun hayattan soyutlanamayacağı, toplumsal ya da gündelik yaşamımızdan çıkartılıp atılamayacağıdır. "Televizyon, artık toplumun vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. Bu nedenle, toplumun televizyon ile olan bağıını koparmak yerine televizyondan en iyi şekilde nasıl yararlanılacağı ve televizyonun etkilerine karşı nasıl bilinçlendirileceğinin belirlenmesi çok daha etkili bir yöntem olacaktır" (Bütün, 2010: 21).

### **2.2.2 Bilgisayar ve İnternet**

Toplumların gelişim süreçleri incelendiğinde, bulunduğumuz çağ 'Bilgi Çağı' olarak adlandırmamızın nedeni "Bilgisayar" ve "internet" teknolojisidir. 19. yüzyılın sonlarında birtakım teknolojik gelişmelerle tarım toplumundan sanayi toplumuna geçiş gerçekleştirilmiştir. 20. yüzyılın ikinci yarısında ise teknolojideki hızlı gelişmeler ve ileri teknolojilerin insan hayatına girmesiyle birlikte sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş gerçekleşmiştir (Sarıhan, 1998:17). Bilgi toplumuna geçişin temeli bilgi-işlem teknolojileridir. Bilgisayarlar, verileri çok hızlı ve hatasız bir şekilde işleyerek bilgiye dönüştürme yeteneğine sahip elektronik makinelerdir. Daha açık bir ifade ile bilgisayar; dış ortamdan verileri alan, onları matematiksel ve mantıksal işlemlerden geçirerek yeni anlamlı değerlere dönüştüren, elde edilen bu bilgileri sıralayabilen ve sınıflandırabilen, gerekirse verileri ve bilgileri depolayabilen ya da dış ortama aktarabilen elektronik ve elektromekanik makinelerdir (Temur, 2001). Bilgisayarlar, insanların yapabilecekleri işlerin bir bölümünü, nasıl yapılacağı insanlar tarafından tanımlanmak kaydıyla, insanlardan daha çabuk ve güvenilir şekilde çözen otomatik makinelerdir (Özçağlayan, 1998: 23). İnsanların bilgi üretme gücünü artırarak, bilginin sistematik olarak düzenlenmesini, saklanmasını, işlenmesini, iletilmesini, bilgiye yeniden ulaşımı ve kullanılmasını sağlamaktadırlar (Öğüt, 2001: 35).



Siyasal ve ekonomik değişimin yanı sıra toplumsal değişimde de çok önemli bir yeri olan bilgisayar ve hızla gelişen bilgisayar teknolojisi, birçok yerde ve işte kullanılarak yaşamımızı kolaylaştırmaktadır. Bilgisayar, artık çeşitli sanayi kuruluşlarında, hastanelerde, bankalarda, süpermarketlerde, okullarda ve evlerde yer alan vazgeçilemez hale gelmiş bir araçtır. Artık insanlar gerek günlük yaşamlarında gerekse iş yaşamlarında bilgi ve iletişim teknolojilerinden olabildiğince yararlanmaya çalışmaktadırlar. Bunu yaparken yaşamlarındaki kaliteyi artırmak ve yaşamlarını kolaylaştırmayı amaçlamaktadırlar. Öte yandan sınırsız bilgi ve iletişim imkanları, son zamanlarda dikkati internete yöneltmiş, internet kullanımındaki yoğunluk önemli oranda artmış ve internet teknolojilerini bir çok insan için vazgeçilmez yapmıştır (İnal ve Kiraz, 2008: 524). Bilgisayarın kitleler arası haberleşme aracı olarak kullanılması internetin uygulamaya sokulmasıyla birlikte başlamıştır. "Internet (Interconnected Network)", uluslararası bilgisayar ağı, ya da çok sık kullanılan tabirle ağların ağı anlamına gelmektedir (Baykul ve Üret, 1996). İnternet; değişik yerlerdeki bilgisayarların birbiriyle iletişim kuracak şekilde, birbirine bağlandığı sistemin adıdır (Akpınar, 1999). Ekonomiden siyasete, eğitimden sağlığa, toplumsal yaşamın tüm alanlarında kullanılabilen ve bilgiyi üretme, paylaşma, saklama konularında önemli imkanlar sunan bir teknolojidir (Kara, 2002: 37-42). İnternet, dünya üzerindeki milyonlarca bilgisayarın fiber-optik kablolar, telekomünikasyon uyduları ve sıradan telefon hatları vasıtasıyla birbiriyle haberleşme sağlayan bilgisayar ağından oluşmaktadır (Tambini, 2000: 10). ABD Savunma Bakanlığı'nın 1960'larda, Sovyet Rusya'ya karşı yürüttüğü soğuk savaş dönemi koşullarında, bilgileri alternatif yollarla hedefe ulaştıracak ve nükleer saldırılardan bile etkilenmeyecek bir bilgisayar ağı üzerinde çalışması ile temelleri atılan internet, daha sonraları ARPANET (advanced research project agency NETwork) adını aldı. 1970'lerde Amerikan şirket ve üniversitelerindeki süper bilgisayarlar araştırma bilgilerini paylaşabilmek için birbirine bağlanmıştır. 1980'lerde NSFNET (National Science Foundation NETWork) adında yeni bir ağ kurulmuş; başta ticari olmayan bu ağ, 1990'larda şirketler ve evde bilgisayar kullanan insanları kapsayacak şekilde herkesin kullanımına açılmıştır (Winpate, 2000).

İnternetin yaşadığımız gezegeni, iletişim ve haberleşme noktasında bir köye dönüştürdüğü hemen hemen herkesin kabul ettiği bir gerçektir. (Bayzan, 2009: 383). Doğuşundan günümüze kadar, özellikle 1990lı yıllardan sonra, dünyadaki internet kullanıcı sayısı hızla artmıştır. Nielsen/NetRatings şirketinin 2012 yılı istatistiklerine bakıldığında internet kullanıcı sayısının 2.405.518.376'ya ulaştığı görülmektedir. Kıtalar bazında kullanımda %44.8' le Asya Kıtası ilk sırada, %21.5 ile Avrupa ikinci sıradadır (www.internetworldstats.com). Aynı kaynağa göre Türkiye'de 2012 yılı istatistiklerine göre 36.455.000 internet kullanıcısı vardır. Yani nüfusun %45.7'si internet kullanmaktadır. Aralık 2012 verilerine göre ise Türkiye'de 32.131.260 kişi Facebook kullanmaktadır. İnternet kullanıcı sayısı bu teknolojinin gelişimini gösterme açısından önemli bir istatistiktir.

Bilgisayar ve internet, yetişkinler için olduğu kadar aynı zamanda çocuklar için de oldukça faydalı bir ortamdır. Çocuklar teknolojiyi sıkça kullanan ve onu ileriye taşıyacak olan etkenlerin başında gelmektedir. Çocuklarının, bir eğitim, eğlence ve iletişim aracı olarak bilgisayardan doğru ve etkin bir şekilde faydalanması adına birçok anne baba, çağa ayak uydurma ve bilgiye daha çabuk ve etkin bir şekilde erişebilmeleri için çocuklarına bu tür imkanları sunmak istemektedirler (Canbek ve Sağıroğlu, 2007: 13). Bilgisayar ve internet kullanımının çocuk ve gençlere sunduğu olumlu getirilerin yanında, bu kullanımın olumsuz etkilerinin bulunduğu da her zaman göz önünde tutulmalıdır. Çocuklar ve gençler genel olarak, bilgisayar kullanırken ve ya internette gezinirken kendilerine ve ebeveynlerine verebilecekleri zararları düşünemezler. Çocuklar ve gençler, bilgisayar ve internet kullanırken çok çeşitli riskler ve güvenlik tehditleri ile karşı karşıyadır. Bu konular, hiç bir şekilde göz ardı edilemeyecek kadar önemlidir (Canbek ve Sağıroğlu, 2007: 34).

Çocuklar ve gençlerin bilgisayar ve internet kullanımı esnasında karşılaşılabilecekleri sorunlar genel olarak şu şekilde gruplandırılabilir:

- ✓ Teknik zararlar; çocukların bilgisayara virüs bulaştırması, casus yazılımların girmesine müsaade etmesi, bilgisayarı bozması. Bunun sonucu olarak var olan dosya ve belgelerin kaybedilmesi ve ya bazı yazılım ayarlarının bozulması.

- ✓ Fiziksel, sosyal ve psikolojik zararlar; aşırı oyun oynamak, dışarıda ya da okulda arkadaşlarıyla etkileşimde olmak varken eve kapanmak, şiddet içerikli oyunların zararlarına maruz kalmak,
- ✓ Hayati zararlar: Zararlı içeriklerle iletişim, kötü niyetli kişilerle temas, istismar ve pedofili.
- ✓ -Pornografik öge, düşmanlık, öfke ve şiddet içeren yasa dışı muhtevaya ulaşabilme,
- ✓ Çevrimiçi ortamlarda kendilerini ve ailelerini tehlikeye atacak adres, kredi kartı numarası, hane halkı hakkındaki özel bilgileri üçüncü şahıslara ve ya kötü niyetli kişilere aktarabilme,
- ✓ İnternet üzerinden ebeveynlerinin kredi kartı ile alışveriş yapabilme,
- ✓ Kendisinden yaşça büyük ve kötü niyetli kişilerle ve suç örgütleri ile iletişime geçme ihtimali (Canbek ve Sağıroğlu, 2007: 35).

Görüldüğü gibi çocuk ve gençlere yönelik tehlike ve riskler oldukça çeşitli ve son derece ciddidir. Sanal alem, kötü niyetli kişilerin masum kişiler ile kolaylıkla ve hızla iletişim ve etkileşim kurmasını sağlayan bir ortam olmasının yanı sıra; kötü, yanlış, olumsuz, zararlı ve ya yanıltıcı öğeleri de içinde barındırır. İnternetin, olumsuz kullanım alanları ile ilgili bir durum tespiti yapmak amacıyla yapılan bir çalışmada, WorldTracker tarafından sunulan ve internette sorgulanan anahtar sözcükler listelenmiştir. Bu listeye göre en çok arama yapılan (11.704.052 arama) 200 anahtar sözcüğün 82'si pornografi ile ilişkilidir ( the top of long-term keyword report, the worldtracker report, 27.02.2006 Akt: Canbek ve Sağıroğlu, 2007). İnternet üzerinde bulunan sitelerin %12'si pornografiktir (Bissette,n D. C. Internet pornograpy statistics: 2003: <http://healymind.com./s-port-stats.html>). Ülkemizde de özellikle 2006 yılı sonlarında çocuk pornosu anahtar sözcüklerinin 'Google' gibi arama motorlarında çok sayıda arandığına dair haberler, basın yayın organlarında gündeme gelmiştir. Dünya çapında 80-90 milyar dolarlık bir sektör haline gelen çocuk pornosunun, son dönemde ne yazık ki ülkemizde de görülmeye başladığı rapor edilmektedir. (Okur, B. Şu 'çocuk pornosu' hadisesi, Hürriyet, <http://www.hurriyet.com.tr/e-yasam/5403357.asp?gid=54>, 10 Kasım 2006).

Okul öncesi bilgisayar ve internet kullanımının ilk ayağı evler olduğu için, evlerde alınabilecek önlemleri bilmek çok önemlidir. Bu konuda ebeveynlere çeşitli sorumluluklar düşmektedir. İngiltere'de Ekonomik ve Sosyal Araştırma Konseyi'nin Nisan 2005'te yapmış olduğu bir araştırmada, ebeveynleri, çevrimiçi hizmetlere, özellikle çevrimiçi pornografi konusunda daha sıkı kanunlar ve düzenlemeler getirilmesini; okullarda çocuklara eğitim ve rehberlik hizmeti verilmesini; kendilerine bu konuda yardımcı olacak hizmetler sunulmasını, çocuklara özel sitelerin sayısının artırılmasını ve geliştirilmesini, daha gelişmiş teknolojiye sahip filtreleme sistemlerinin ve programlarının yapılmasını ve sunulmasını istemektedirler. (Livingstone, S. "College Students Gaming Survey", Pew internet & American Life Project, 2003, Washington D.C. ).

Teknik açıdan bakıldığında istenmeyen içerik ile çocukların ve gençlerin karşılaşmaması için sunulan çözümler dört sınıfta toplanabilir:

- ✓ İstemci tarafında çalışan filtre programları
- ✓ İçerik sınırlandırması yapan İnternet Servis Sağlayıcıları (ISS)
- ✓ Sunucu tarafından çalıştırılan filtre programlar
- ✓ Arama motoru filtreleri

Anne babalar bilgisayar ve internet kullanımı konusunda şunlara dikkat etmelidir:

- ✓ Ev adresi, okul adı, telefon numarası gibi bilgileri e-posta ve ya sohbet odalarında paylaşılmamalı.
- ✓ Çocuğun fotoğrafı hiç bir internet sitesine ve ya haber grubuna gönderilmemeli.
- ✓ Çocuğun kullanacağı ve ya kullandığı internet siteleri hakkında bilgi edinilmeli.
- ✓ İnternet üzerinden tanışılan her kişi ile yüz yüze iletişim kurulmaması gerektiğini çocuklara olası sonuçları ile birlikte anlatılmalı.
- ✓ Müstehcen, kavgacı, tehditkâr ve ya bir şekilde rahatsız eden mesajlara yanıt vermemek gerektiğini açıklanmalı.
- ✓ Çocuğa, bilmediği kişilerden gelen mesajlardaki bağlantıları tıklamaması gerektiği anlatılmalı.
- ✓ Çok kaba ve tehditkâr mesajlar emniyet birimlerine bildirilmeli.

- ✓ Çevrimiçi ortamlarda insanların kendileri hakkında yalan yanlış beyan verebileceklerini örneğin 40 yaşında bir adamın 12 yaşında gibi konuşabileceği çocuklara anlatılmalı.
- ✓ Çocukla birlikte, bilgisayar ve internet kullanım kuralları hazırlanıp; makul kurallardan oluşturulan bu liste bilgisayara yakın bir yere asılmalı.
- ✓ Mümkünse çocuğun kullandığı bilgisayar, çocuk odası yerine salona ve ya oturma odasına konulmalı.
- ✓ Çocuğun çevrim içi arkadaşları, normal arkadaşları gibi tanınmalı ve bilinmeli (İnternet: Magid I. J. "Child Safety on the Information Highway", National Center for Missing and Exploited Children (NCMEC) broşürü, 2003. [http://www.safekids.com/child\\_safety.htm](http://www.safekids.com/child_safety.htm) (16.05.2005) Akt. (Canbek ve Sağıroğlu, 2007: 38).

İnternetin yanı sıra bilgisayar oyunları da çocuklara çok cazip gelen bir eğlence türü ve sektörüdür. Bilgisayar oyunlarının sahip oldukları potansiyel dolayısıyla eğitim-öğretim sürecinde birer eğitsel yazılım materyali olarak pedagojik anlamda hizmet verebilecekleri bilinmektedir. Bugün artık okullar bilgisayarlarla donatılıyorsa, hızlı internet bağlantıları sağlanıyorsa, öğrencilere ödevlerini bilgisayar ve internetten yapmaları tavsiye ediliyorsa bu, ileride eğitsel yazılımların daha da önemli hale geleceğinin bir göstergesidir (İnal ve Kiraz, 2008: 538). Eğitimde oyun tabanlı uygulamaların yaygınlaşması ya da bilgisayar oyunlarının eğitim-öğretim sürecini destekleyici birer materyal olarak kullanılmasının sağlanması için gerek eğitimcilerin gerekse oyunları hazırlayan ve piyasaya sürenlerin beraber hareket etmesi gerekmektedir (Doğusoy ve İnal, 2006). Ancak, çocukların ve gençlerin sıklıkla oynadıkları bilgisayar oyunlarındaki şiddet üzerinde durulması gereken bir konu olarak dikkati çekmektedir. Bu konuda yapılan araştırmaların sonuçları, durumun ciddiyetini ortaya koymaktadır. 3975 ergen katılımcı ile gerçekleştirilen bir araştırmada, katılımcıların %35.5'inin düzenli olarak şiddet içeren oyun oynadığı belirlenmiştir (Tahiroğlu ve Çelik vd. 2008). Bilgisayar oyunlarının şiddet eğilimine etkisi ile ilgili başka bir çalışmada, bu oyunların saldırganlık davranışların 15 ile 30 kat artışa neden olduğu tespit edilmiştir (Anderson, 2001 Akt: Kara, 2011: 15). Bilgisayar oyunlarının ideolojik yönünü araştıran bir çalışmada (2008), popüler medya araçlarından birisi olan

ve eğlence dünyasında önemli bir yeri olan bu oyunların üreticileri tarafından ideolojik öğelerle donatıldığı; Rusya, Çin, ABD gibi kendi politik, askeri ve ideolojik görüşlerini insanlara ulaştırmak ve bu görüşleri yaymak isteyen güçlü ülkelerin bilgisayar oyunlarına yatırım yapmaktan çekinmedikleri ortaya konmuştur (İnal ve Kiraz, 2008). Aynı zamanda bu sektörün ekonomik alt yapısı ve hacmi de tahmin edilenden çok daha geniş çaplı ve çok daha büyüktür. Dünyadaki eğlence yazılımları sektörünün parasal büyüklüğüne baktığımızda; AB ülkelerinde 2007 yılında 7.3 milyar avro, ABD'de 6.9 milyar avro, Asya-pasifik ülkelerinde ise 7.4 milyar avro düzeyindedir. (<http://www.pegi.info/en/index/>) Bu endüstrinin ekonomik olarak taşıdığı önemi vurgulamak amacıyla bakıldığında ABD'deki oyun endüstrisi 2006 yılında gayrisafi milli hasılaya toplam 3.8 milyar dolar katkıda bulunmuş ve doğrudan ve ya dolaylı olarak 31 eyalette 80.000 kişinin istihdam edilmesini sağlamıştır (Andiç, 2008).

Ülkemizde 1990lı yıllardan sonra internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte bu alanda bir düzenlemeye gereksinim duyulmuştur. Özellikle 2006 yılı sonlarına doğru Türkiye'de internet üzerinden 'çocuk pornografisi' konusunda çok fazla arama yapılmasıyla bu konu çok daha fazla ciddiye alınmış ve gerekli yasal düzenlemeler yapılmaya başlanmıştır (Şen, 2008). Kamuoyundaki tartışmalardan sonra internet kullanımı ile ilgili yasal düzenlemeye gidilmiş ve 5651 sayılı "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi" adlı kanun 23 Mayıs 2007'de 26530 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir ([www.tib.gov.tr](http://www.tib.gov.tr)). Ayrıca 2007'de Telekomünikasyon İletişim Başkanlığı İnternet Bilgi İhbar merkezi faaliyete başlamıştır. Vatandaşlar, '0312 582 82 82 " numaralı telefonla ya da <http://www.ihbarweb.org.tr> internet sitesi üzerinden form doldurarak ayrıca [ihbar@ihbar web.org. tr](mailto:ihbar@ihbarweb.org.tr) üzerinden elektronik posta yoluyla ihbarda bulunabilmektedirler.

Sonuç olarak bilgisayar teknolojisi ve internet hayatımızda giderek daha fazla yer kaplamaktadır. Bu teknolojilerin yararları olduğu kadar zararlarının da olduğu unutulmamalıdır. Bu zararlardan korunmanın yolu bilgi sahibi olmaktan geçmektedir. Bilgisayarı ve internetin ne kadar süreyle, nerede ve nasıl kullanılacağı bilinmeli ve bu teknolojilerin zararları hafife alınmamalıdır. Özellikle çocuklar ve gençler açısından

bakıldığında onların yaşamlarına kalıcı etki yapabilen bu teknolojilere, eğitim-öğretim faaliyetlerini destekleyici nitelikler kazandırılmalıdır

### **2.3 İlgili Araştırmalar**

Bu bölümde, konuyla ilgili yapılmış araştırmalar iki ana başlık altında toplanmıştır. İlk bölümde, ülkemizde popüler kültür ile ilgili yapılmış çalışmaların yanı sıra popüler kültür içinde değerlendirdiğimiz araçlardan biri olan televizyonun çocuklar üzerindeki etkisi, çocuklarda bilgisayar ve internet kullanımı gibi konular üzerinde yapılan araştırmalara yer verilmiştir.

İkinci bölümde ise popüler kültür bağlamında gençlerin davranışları ile ilgili olarak yurt dışında yapılmış çalışmalar verilmiştir.

#### **2.3.1 Yurt İçinde Yapılan Araştırmalar**

Ayrancı ve arkadaşlarının (2004) televizyonda çocukların en çok seyrettikleri saatlerde gösterilen filmlerdeki şiddet düzeyi adlı araştırmasında; beş tane özel TV kanalında hafta içi 16.00–21.30 ve hafta sonu 09.00- 21.00 saatleri arasında yayınlanan 80 programdan 5600 saniyenin izlenmesi sonucunda bu programlarda gösterilen şiddetin oranı %33,1 olarak saptanmıştır. Bu şiddetin türü incelendiğinde en yüksek oranda fiziksel şiddet bulunmuş olup toplam sürenin %13,8'ini, toplam şiddet süresinin de %41,7 sini oluşturduğu tespit edilmiştir. Söz konusu araştırmada TV'lerdeki genel şiddet oranı oldukça yüksek çıkmıştır. Araştırmacılar, sürekli medya şiddeti ile iç içe olan çocuklarda anti sosyal davranışların geliştiğini vurgulamaktadırlar. Bu davranışlar oyuncakla karşı şiddet gösterme gibi önemsiz davranışlardan, karşılaşılan problemlerin çözümünde şiddeti çözüm olarak görme, artmış düşmanlık duyguları, şiddet kurbanlarına karşı daha az sempati gibi ciddi davranışlara kadar değişmektedir.

Arslan ve arkadaşlarının (2006) yaptıkları çalışma, 6–12 yaş arası çocukların televizyon izleme alışkanlıklarının incelenmesini amaçlamaktadır. 100 öğrenci üzerinde uygulanan anketler sonucunda ortaya çıkan sonuçlardan bazıları şunlardır: Öğrencilerin %43'ü günde 3 saatten fazla TV izlemektedir. Ayrıca öğrencilerin yaşları ile TV izleme süreleri doğru orantılıdır. Annesi çalışmayan çocukların TV izleme sürelerinin daha

uzun olduğu ortaya konulmuştur. Ebeveynlerin eğitim düzeylerinin, çocukların TV izleme alışkanlıkları ve boş zamanlarını TV izleme dışındaki aktivitelerle değerlendirmeleri üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Aksaçlıoğlu ve Yılmaz (2007), ilköğretim öğrencilerinin televizyon izlemeleri ve bilgisayar kullanmalarının okuma alışkanlıkları üzerindeki etkilerini araştırmışlar ve ortaya çalışmamızla ilgili ve benzer sonuçlar çıkartmışlardır. 222 öğrenciye uygulanan anket sorularından çıkardıkları sonuçlardan bazıları şunlardır: Öğrenciler, bilgisayarı daha çok oyun oynamak amaçlı kullanmaktadırlar. Ödev yazmak ve okul ödevi yapmak daha sonra gelmektedir. Oyun oynama amaçlı bilgisayar kullanımı ağırlıklıdır. Öğrenciler, boş zamanlarını değerlendirmek amaçlı etkinliklerde, “kitap okumayı” son sıraya koyarken; “bilgisayar kullanma” ve “televizyon izleme” yi ilk iki sıraya koymaktadırlar. Öğrencilerin kitap okuma sıklıkları ile televizyon izleme alışkanlıkları arasında ters orantılı bir ilişki vardır.

Cesur ve Parker’in (2007) çocukların TV programı tercihleri, kitap ve bilgisayar kullanımındaki ilgilerine dair yaptığı betimsel çalışmada; Samsun, Kocaeli, İstanbul, İzmir ve Urfa illerinden 454 ilköğretim okulu öğrencisine anket uygulanmıştır. Anketlerde, “en çok sevilen TV programı türü, seyredilen diziler, reklam beğenileri, bilgisayar kullanımı” başlıkları altında sorular sorulmuştur. Sonuçlara bakıldığında; ilköğretim öğrencilerinin %41,6 oranı ile en çok çizgi film izledikleri, kızların erkeklere göre daha çok dizi seyrettikleri, dizi film seyretme oranının yaşla birlikte artış gösterdiği, en çok gıda-içecek reklamlarının beğenildiği, yine kızların erkeklere göre bu reklamları daha sık tercih ettikleri, bilgisayarı oyun amaçlı kullanmanın %29,5 oranı ile ilk sırada geldiği ortaya çıkmıştır. Bu araştırma, televizyonun halen çocuklar için etkili ve de tercih edilir bir araç olduğunu bunun yanı sıra çocukların yetişkinlerin izledikleri programları izlediklerini ortaya çıkarmıştır. Televizyon reklamlarının, çocukların yiyecek tüketim kalıplarını önemli oranda etkilediğinin de altı çizilmiştir. Araştırma, gerek çoğu çocuk programının ideolojik temalarının yetişkinlerinkiyle aynılığı, gerekse çocukların bizzat yetişkin programlarına maruz kalması ile çocukluğun “ayrı dünya” sının tehdit altında olduğunu ortaya koymuştur. Bu bağlamda televizyonun ‘kuşatıcı bir



kamusal uzam' niteliği taşıdığı vurgulanmıştır. Reklamların, çocukların yiyecek tüketim kalıplarını önemli oranda etkilediğinin de altı çizilmiştir.

Binark ve Sütçü (2007) Başkent Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü 3. sınıf öğrencilerinin Halkla İlişkilerde Araştırma Yöntemleri adlı ders kapsamında nitel bir araştırma yapmışlardır. Bu çalışmada odak grup görüşmesi tekniğini kullanmışlar; Ankara'nın çeşitli ilçelerindeki 38 internet kafede 10–24 yaşları arasında bulunan 206 kişi ile görüşmüşlerdir. İnternet kafe kullanım amaçları ve biçimlerinin ortaya çıkarılmasını amaçlayan söz konusu çalışmada şu bulgularla karşılaşmıştır: İnternet kafelerde bilgisayar başında geçirilen süre 1 ila 10 saat arasında değişmektedir. İnternet kafelerde en fazla zaman harcayan kesim 16–24 yaş arası gençlerdir. Yaş durumları farklılaştıkça interneti kullanma amaçları da farklılaşmaktadır. 10–15 yaş arası çocuklar, interneti daha çok sohbet, oyun ve ödev yapma amaçlı kullanmaktadırlar. 23 Ocak 2007 tarihli İçişleri Bakanlığı'nın genelgesiyle valiliklere gönderilen internet kafelerde oynatılması yasaklanan şiddet içerikli bilgisayar oyunlarının bir kısmı (GTA Vice City, Battlefield Vietnam, Delta Force, The Punisher, Hitman, Hell Forces vb.) ile Counter Strike adlı 'third person shooter' türündeki aksiyon oyunu ve Knight Online adlı çoklu devasa oyun (MMOPRG) çocuklar ve gençler arasında popülerdir ve çevrimiçi ya da çevrimdışı olarak grup halinde sıkça oynanmaktadır. İnternet kafe kullanıcılarının en çok ziyaret ettikleri siteler; 'google.com, yonja.com, msn.com, youtube.com, Hotmail.com, ogame.com, pcoyun.com'' şeklindedir. İnternet kafeleri kullanan çocuk sayısı, sosyo-ekonomik seviye ile ters orantılıdır. Düşük sosyo-ekonomik seviyedeki bölgelerde internet kafelere gelen çocuklar daha fazladır. Bu çocukların evlerinde kendilerine ait bilgisayar bulunmadığı, bulunda dahi internet erişimine sahip olmadıkları saptanmıştır. World Of Warcraft: Burning Crusade (WOW) adlı devasa çevrimiçi oyunu oynamak için internet kafeye gelen bir kişi en az 3-4 saatini burada geçirmektedir. Aralıksız 16 saat bu oyunu oynayan oyuncuya rastlanmıştır.

Karaca ve arkadaşları (2007)'nin çalışmalarında, 4–13 yaş arası çocuk sahibi olan ailelerin televizyon reklamlarının çocuklar üzerindeki etkilerini nasıl algıladıkları araştırılmıştır. 150 aileden anketler ile veri toplanılmıştır. Elde ettikleri sonuçlara göre

aileler, reklamların çocuklarına zarar verdiğini ve de reklamların etik açıdan problemlili olduğunu düşünmektedirler. Aileler; reklamların çoğunun, çocukların hayal gücünü, yaratıcılığını ve tüketim alışkanlıklarını olumsuz etkilediğini dile getirmektedirler. Çocukların, ihtiyaçları olmayan şeyleri almalarına, saldırgan davranışlar sergilemelerine, çocuklarda marka bağımlılığı yarattığına inanmaktadırlar.

İspir ve İspir (2008)'in yaptıkları araştırmada, Türkiye'de yeni uygulanmaya başlanan içerik ve yaş temelli program dereceleme sembollerinin (akıllı işaretlerin) kullanım düzeyleri belirlenmeye çalışılmıştır. Eskişehir ilinde 4–13 yaş arası çocuğu olan 445 ebeveyne anket uygulanarak veri toplanılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre ebeveynler, uygulanmakta olan sistemdeki sembolleri tanımaktadırlar. Çoğunlukla da bu sistemi kullanarak yönlendirme yapmaktadırlar. Ayrıca, st gelir grubunda yer alan ebeveynler, alt ve orta grup gelir düzeyinde yer alanlardan daha fazla yönlendirme yapmaktadırlar.

Bulut ve Altay'ın (2012) Yozgat ilinde ilköğretim ikinci kademe öğrencilerinin mzık profillerinin incelenmesi ve mevcut duruma yönelik öneriler sunulmasını amaçlayan araştırması adı anılması gereken güncel bir çalışmadır. Çalışmada merkezde ve il merkezine uzak bir devlet okulunda ve de özel bir okulda öğrenim gören 417 öğrenci, örnekleme oluşturmaktadır. Çalışma sonucunda; öğrencilerin çoğunluğunun günlük hayatlarında mzık dinlemeyi sevdiği ve eğlenme amacıyla mzık dinledikleri, genel olarak popüler kültürün ürünü olan mzık türlerini ve sanatçılarını dinledikleri, dinledikleri ve sevdikleri bu sanatçıları kendilerine örnek aldıkları, yaşadıkları çevrede müziksel etkinliklerin düzenli bir şekilde yapılmadığı, kendi mzık tercihleri ile ailelerinin tercihlerinin farklı olduğu, çoğunluğunun televizyondan mzık kliplerini ve yarışmalarını takip ettikleri ortaya çıkmıştır. Öğrencilerin en çok dinledikleri sanatçılar: Ceza, Yusuf Güney, Sagopa Kajmer, D.J. Akman, İsmail YK ve Gülben Ergen'dir. Liste; Emre Aydın, Serdar Orta ve Hadise ile devam ederken en alt sırada Neşet Ertaş'ın adı vardır.

### 2.3.2 Yurt Dışında Yapılan Araştırmalar

Egger (1996) araştırmayı, internet davranışı ve bağımlılığı test etmek için internet ortamından yürütmüştür. Sorulara 450 kişi tarafından verilen yanıtlar (çoğu İsveç'ten gelmiştir) analiz edilmiştir. Yaş ortalaması 30 olan katılımcıların %16'sı bayan - % 84'ü erkek iken, % 55'i en az üniversite (colleague) mezunudur. Veriler analiz edildiğinde katılımcılar tarafından internetin oldukça çekici görüldüğü, %10'unun araştırmanın yapıldığı yıldan bir önceki yıla göre internet kullanımını azaltmış olduğu tespit edilmiştir. Daha önceki bağımlılık çalışmalarda elde edilmiş olan ölçütlere dayanan bazı sorularda internet bağımlısı olan kişiler açısından anlamlı farklılık ortaya çıkmıştır. Bu durum internet kullanımında bağımlılığın olduğunu göstermiştir.

Chou, Chou ve Tyan (1998) çalışmasında internet bağımlılığı, kullanımı ve iletişim keyfi arasındaki korelasyonu incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmadaki araştırma problemleri internet ağları bağımlılığının ne olduğu, internet ağları bağımlılığının nasıl derecelendirilebileceği, kullanıcıların internet ağları bağımlılık derecesi ile internet ağları kullanımı ve kendi iletişim keyifleri arasındaki korelasyonun ne olduğu ve internet bağımlılığı ile ilgili gelecekteki araştırma problemlerinin ne olabileceğidir. Bu problem cümlelerini yanıtlayabilmek için veriler 3 aşamalı şekilde elde edilmiştir. İlk aşama, 32 adet evet – hayır sorusundan; ikinci aşama, 20 adet likert tipi sorudan; son aşama ise 12 adet demografik sorudan oluşmuştur. Bu verilerden 104 tanesi geçerli kabul edilecek şekilde dönmüştür. Tayvan internet kullanıcılarında da internet bağımlılarının bulunduğu; internet bağımlılığı ile internet kullanım süresi ve iletişim keyfi arasında pozitif yönde korelasyon bulunduğu belirtilmiştir.

Greenfield'in (1999) insanların internetteki davranışlarını izlemek amacıyla yapmış olduğu çalışmada çevrimiçi bir web sitesi (ABCNEWS.com) yardımıyla veriler elde edilmiştir. Örneklem etnografik (Afrikalı-Amerikalı), cinsiyet (kadın-erkek), çalışma durumu (çalışan –işsiz), gelir durumu, eğitim seviyesi, yaş gibi çeşitli etkenler bakımından kategorize edildiği görülmektedir. Çalışma, çoğunluğu erkek, beyaz, çalışan ve en az üniversite düzeyinde eğitim almış olan insanlardan oluşan, ortalama olarak 33 yaşındaki (8 ile 85 yaş arası) yaklaşık 18000 katılımcı ile yapılmıştır. Katılımcılardan web sitesi aracılığıyla elde edilen veriler incelendiğinde; tanışmanın süresinin kısaltması

ve daha kolay hale getirmesi gibi nedenlerle internetin; iletişimin ve sosyalleşmenin değişmesine hatta davranışların yönlenmesine sebep olduğu bulgular arasındadır. Bu davranış değişiklikleri: her iki cinsiyette de yaklaşık olarak aynı seviyede görülen şartlı refleks yitimi, sınırların kaybolması, zamansızlık, kontrol dışında olma hissi ve erkeklere oranla kadınlarda daha fazla görülen yoğun ve hızlı samimiyet olarak belirtilmiştir. Gelecekteki araştırmalarda internet davranışlarındaki alt başlıkların daha da genişletilebileceği öneriler arasındadır. Teknolojiyi insanların yaratabileceği ama insanların yarattığı teknolojilerin iyi huylu olduğu anlamına gelmeyebileceği vurgulanmıştır.

Thsai ve Lin, 1999 yılında yapmış oldukları çalışmada bilgisayar ağları kullanımında bazı bağımlılık gösteren davranışlarda bulunulduğunda bunların internet bağımlılığı diye adlandırıldığını ve bu çalışmanın amacının daha önce hiç araştırılmamış bir örneklem olan lise öğrencilerinin bilgisayar ağlarına yönelik tutumlar ve internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi incelemek olduğunu belirtmiştir. Araştırmacıların kendi geliştirdikleri “Tayvan lise öğrencileri için İnternet Bağımlılığı Skalası” testi ve daha önceki bir çalışma sonucu ortaya çıkmış olan 32 soruluk “Bilgisayar Ağı Tutum Envanteri” sorularının Tayvan’da kullanımı için geçerlik–güvenirlik çalışması yapıldıktan sonra 18 soruya indirilmesinin ardından veriler toplanmıştır. Tayvan’da öğrenim görmekte olan 615 lise öğrencisinden elde edilen verilerin analizi sonucunda bilgisayar ağları kullanımı ile internet bağımlılığı arasında birçok benzerlik bulunduğu belirtilmiştir.

Griffiths, 2001 yılında yapmış olduğu çalışmada; kumar oyununun gelişiminde teknolojinin rol oynaması sebebiyle, bu duruma ilişkin davranışları ve tutumları incelemiştir. İngiltere’deki çoğunluğunu bayanların oluşturduğu 2098 kişi ile internet kumarına ilişkin, kişilerin kendi evlerinde yüz yüze mülakat yapılmıştır. Yapılan mülakatlar incelendiğinde katılımcılar kumarı: alışkanlık, para kaybı, sağlıksız aktivite veya tehlikeli aktivite olarak açıklarken, internet kumarını normal kumara göre; daha fazla alışkanlık, daha sağlıksız, daha tehlikeli ve çocukların daha çok ilgisini çekebilecek aktivite olarak açıklamışlardır. Ayrıca örnekteki 15–19 yaş arası gençler (119 kişi) internet kumarı oynamadığını belirtmiş, ancak %4’ü oynamayı

istediğini belirtmiştir. Örneklemin %1'inin internet kumarı oynadığı bulunmuş ve oynayanlarda da internetle ilgili bir davranış bozukluğuna rastlanmamıştır. Çarpıcı diğer bir bulgu da kumara karşı tutumlar oldukça olumsuz olmasına karşın internet kumarına karşı tutumlar kısmen de olsa olumludur. Araştırmacı nüfusun artması ile birlikte internet kullanımının artacağını, bu sebeple gelecekteki araştırmaların bu yönde devam etmesi gerektiğini belirtmiştir.

Lin (2001) Tayvanlı öğrenciler ile yapmış olduğu çalışmada 648 öğrenciyi nitel çalışarak internet bağımlılık skalasına göre 4 kümeye ayırmıştır. Yüksek derecede internet bağımlısı olan ve internetten daha çok olumsuz etkilenen dördüncü kümedeki 146 kullanıcının, riskli olan patolojik internet kullanıcıları olduğu belirlenmiştir. Bu kullanıcılar ise internet kullanımlarına, internet algılarına ve internet heyecanı aramalarına göre beş alt gruba ayrılmışlardır. Yüksek derecede çevrimiçi heyecan ve macera arayan ilk grup “internette heyecan arayışındaki oyuncular” olarak adlandırılmıştır. Duygusal bir arayış içinde olunması sebebiyle uzun süre çevrimiçi olduğu belirlenmiş olan ikinci gruba ait olanlar “keyif arayışı ve bir topluluk hissine adanmışlar” olarak adlandırmışlardır. Üçüncü grup “e-posta arayışı ve bilgi kullanımı deneyimcisi” olarak adlandırmış, bu gruptaki öğrenciler e-posta, çeşitli çevrimiçi materyaller kullanmakla meşgul oldukları belirtilmiştir. “Heyecanla arayış eğiliminde olan temkinli kullanıcılar” olarak adlandırılmış olan dördüncü gruptaki öğrencilerin görece olarak çevrimiçinde daha az vakit geçirdikleri ancak uyarıcı internet aktivitelerini aradıkları belirlenmiş; son grup olan beşinci gruba dahil edilen öğrenciler ise “ilgisiz kullanıcılar” olarak adlandırılmıştır. Bu çalışma ile üniversiteler, iş yerleri, aileler ve hatta hükümet ofislerinde internetin sağlıklı bir şekilde kullanılması konusundaki farkındalığı arttırdığını belirtmiştir.

Ho vd. (2011) bilgisayar oyunu bağımlılığı hakkında yapmış olduğu çalışmada, bilgisayar oyunlarındaki mesajlar ile çocukların kendilerini kontrol edebilmeleri arasındaki ilişki belirlenmeye çalışılmıştır. Bu amaç doğrultusunda yürütülen çalışma 327 Tayvanlı öğrenci ile yürütülmüştür. Öğrenciler iki gruba ayrılmış, ilk gruba bilgisayar oyunu oynarken bu oyunlara dair reklamlar yani olumlu mesajlar verilmiştir. İkinci grup da bilgisayar oyunlarının zararlarına dair olumsuz mesajlara maruz

bırakılmıştır. ANOVA testi sonucunda bağımlılık için olumlu mesajlar yönünde anlamlı farklılık elde edilmiştir. Bu çalışmada, öğrencilerin kendini kontrol etmelerinin oldukça düşük seviyelerde olduğu, olumlu mesaj ile oyun bağımlılığına ciddi bir eğilim olduğu, olumsuz mesajların oyunlara bağımlı hale gelmelerini önlemede önemli ölçüde etkili olduğu belirlenmiştir.

Gosselt'in (2012) yapmış olduğu deneysel çalışmada, Hollanda'daki 313'ü erkek, 344'ü kız olan 322 ilkokul (9–11 yaş) ve 335 lise (13–15 yaş) öğrencisi üzerinden veri toplanmıştır. 10 farklı bilgisayar oyununa maruz bırakılan çocuklardan, ürünün çekiciliği hakkında yargıda bulunmaları istenilmiştir. Test materyalleri "Authorware" programı ile geliştirilmiştir. Veriler analiz edilirken öğrenciler; "yaşa bağlı olarak yapılan uyarılar" ile "Şiddet, seks ve küfür içeriği olan uyarılar"a göre iki gruba ayrılmıştır. Çalışma, oyunlardaki yaş ve içerik uyarılarının, öğrencilerin oyunlara karşı olan ilgilerini arttırmadığını göstermiştir.

Wang vd. (2013) tarafından Çin'deki 10 farklı şehirde öğrenim gören 13 ile 23 yaş arasındaki 4814'ü erkek, 4718'i kız olan 10,988 kişi ile yürütülmüş olan çalışmanın amacı internet bağımlılığının yaygınlığını, psikolojik durum ile internet bağımlılığı arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu amaca ilişkin veriler internet bağımlılığı tanı testi kullanılarak, nicel yöntemle elde edilmiştir. Ankete katılan gençlerin internet bağımlılığı yaygınlığında cinsiyet ve yaş etkeninde anlamlı farklılık olduğu ortaya çıkmıştır. Hayattan tat alamama, artan depresyon gibi psikolojik durumlar ile internet bağımlılığı arasındaki anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Yurt dışında yapılan çalışmalar değerlendirildiğinde, genellikle lise öğrencileri ve yetişkinlerin popüler kültür ürünleri ile olan ilişkilerinin araştırmalara konu olduğu görülmektedir. Bu bağlamda bakıldığında ilköğretim öğrencileriyle ilgili çok fazla çalışmaya rastlanmamıştır. Söz konusu araştırmaların yine genellikle "internet ve bilgisayar bağımlılığı" üzerinde yoğunlaştığı dikkati çekmektedir.

## BÖLÜM III

### YÖNTEM

Araştırmanın bu bölümünde, araştırma modeli, evreni, örnekleme, araştırmada kullanılan veri toplama aracının uygulanması ve verilerin analizine ilişkin bilgiler yer almaktadır.

#### 3.1 Araştırma Modeli

Bu araştırma, popüler kültürün ilköğretim 8. sınıf öğrencileri üzerindeki etkileri inceleyen nitel bir çalışmadır. Nitel araştırma, olgu ve olayları doğal ortamları içerisinde derinlemesine inceleme ve araştırmaya katılan kişilerin deneyimlerinden doğan anlamların sistematik olarak incelenmesi fırsatı sunmaktadır (Saban, 2006). Nitel araştırmada, belli bir konu ile ilgili araştırma yaparken, o konunun 'ne kadar' olduğunu öğrenmekten çok daha geniş bakış açısı elde edilmek istenir. Psikolojik ölçümler ve sosyal olaylarla ilgili daha derinlemesine bilgiye ulaşılmak hedeflenir. Olguların ve olayların gerçekleştiği doğal ortamlarda çalışılır. Böylece araştırmacı, doğrudan veri toplama, zengin betimleme yapma, süreci yakından görme gibi avantajlara sahip olabilir. Tüm bunlara ek olarak, nitel araştırmada araştırma deseni, çalışmanın gerçekleştiği duruma göre yani sürece göre değişir ve gelişir. Daha derinlemesine araştırma yapmak ve değişen durumları incelemek için önceden belirlenmiş kesin desenlere bağımlı kalınmaz. Desen, çalışma esnasında yavaş yavaş ortaya çıkar (Büyüköztürk vd. 2008: 248-251).

Nitel araştırmalarda, veri toplamak için birbirinden farklı teknikler kullanılabilir. Nitel yöntemle yapılan araştırmalarda yaygın olarak kullanılan bilgi toplama teknikleri; gözlem, görüşme ve doküman incelemesidir. Araştırmacı, kendi araştırma probleminin özelliğine göre, bu tekniklerden bir ya da daha fazlasını araştırmada kullanabilir. (Yıldırım ve Şimşek , 2006). Bu araştırmada görüşme tekniği kullanılmıştır. Görüşme tekniği, araştırmada cevabı aranan sorular çerçevesinde ilgili kişilerden veri toplama amaçlı, en az iki kişi arasında gerçekleşen sözlü iletişim sürecidir. Araştırmacı, bu

teknikle, görüşme sırasındaki tüm durumların birbiriyle ilişkilerine, çelişkilerine ve tutarlılıklarına bakabilir. Görüşmenin kapsamını ve görüşmecinin ne söylemek istediğini büyük resmin ne olduğunu ve her müstakil durumun bu büyük resimle nasıl bağlantıları olduğunu görebilir (Büyüköztürk vd. 2008: 158).

Araştırma sürecinde görüşme tekniğinin bir alt türü olan yarı yapılandırılmış görüşme tekniği tercih edilmiştir. Bu teknikte, yöneltilecek sorular ana hatlarıyla belirlenmiş olmasına rağmen görüşmedeki akışa göre görüşme formunda olmayan sorular da yöneltmiştir. Görüşmeler yüz yüze ve bireysel görüşme şeklinde gerçekleştirilmiştir.

### **3.2 Çalışma Grubu**

Evren, araştırma sonuçlarının genellenmek istendiği elemanlar bütünüdür. Bu bütün, ortak özellikleri olan canlı ya da cansız her türlü elemanı içerir. Çoklu elemanlardan oluşan bütünler için kullanılan "evren" terimi yerini, tekli birimler için "örnek olay", küçük çokluklar için de "araştırma kümesi" gibi deyimlere bırakır. Araştırma, sonuçlarının genellenebilirliği arttıkça değer kazanır. O halde bilim üretirken, olabildiği ölçüde geniş bir alanda genellenebilir ölçüde bilgiler elde etmeye çalışmak kısaca, evreni geniş tutmak gerekir. Ancak evren büyüdükçe ona ulaşmak zorlaşır. Bu noktada "indirgeme ilkesi" kullanılır. Belirli bir evrenden, belirli kurallara göre seçilmiş ve seçildiği evreni temsil etme yeterliliği olan küçük kümeler alınır. Örneklem denilen bu küçük kümeler üzerinde yapılan çalışmalar ve elde edilen sonuçlar evrene genellenir (Karasar, 2005). Nitel araştırmalar indirgemeci değildir. Yani olguları önce parçalayıp sonra evrene genelleme amacı yoktur (Yıldırım ve Şimşek, 2006). Bundan dolayı nitel araştırmalarda evren ve örneklem terimleri yerine, "çalışma grubu" ve "araştırma grubu" terimleri kullanılır.

Bu araştırmada çalışma grubunu Samsun il merkezinde yer alan resmi ve özel ilköğretim kurumları oluşturmaktadır. Merkez ilçelerden üçer devlet okulu ve birer özel okul çalışma grubu için uygun görülmüştür. Ancak Canik merkez ilçesinde özel okul olmadığı için okul sayısı 11'e düşmüştür. Nihai olarak, çalışma grubunda 11 öğretmen 11 tane veli bulunmaktadır. Çalışma grubu içine alınan ilköğretim okulları, 2011 SBS başarısına göre üst, orta ve alt düzey okullar arasından Samsun İl Milli Eğitim



Müdürlüğü'nün istatistiklerine göre seçilmiştir. Yani örneklem grubu “amaçlı örnekleme yöntemi” ile seçilmiştir. “...amaçlı örnekleme yöntemleri, tam anlamıyla nitel araştırma geleneği içinde ortaya çıkmıştır. Patton'a göre amaçlı örnekleme zengin bilgiye sahip olduğu düşünülen durumların derinlemesine çalışılmasına olanak vermektedir. Bu anlamda, amaçlı örnekleme yöntemleri pek çok durumda, olgu ve olayların keşfedilmesinde ve açıklanmasında yararlı olur” (Yıldırım ve Şimşek, 2006:107).

Aşağıdaki Tablo 1'de görüşülen öğretmenler hakkında genel bilgilere yer verilmiştir.

<b>Öğretmen Kodu</b>	<b>Cinsiyeti</b>	<b>Yaşı</b>	<b>Mezun Olduğu Bölüm</b>	<b>Hizmet Süresi</b>
Ö1	Kadın	35-40	Tarih Öğretmenliği	13 Yıl
ÖZ2	Erkek	25-30	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	6 Yıl
Ö3	Kadın	35-40	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	10 Yıl
Ö4	Erkek	25-30	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	4 Yıl
Ö5	Erkek	35-40	Tarih Öğretmenliği	17 Yıl
Ö6	Erkek	45-50	Tarih Öğretmenliği	30 Yıl
ÖZ7	Erkek	25-30	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	5 Yıl
Ö8	Erkek	35-40	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	13 Yıl
Ö9	Kadın	35-40	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	12 Yıl
Ö10	Erkek	25-30	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	5 Yıl
Ö11	Kadın	35-40	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	13 Yıl

Tablo 1 : Araştırmaya Katılan Öğretmenlerle İlgili Genel Bilgiler

Aşağıdaki Tablo 2'de görüşülen veliler hakkında genel bilgilere yer verilmiştir.

Veli Kodu	Cinsiyeti	Yaşı	Mesleği	Öğrenim Durumu
V1	Kadın	40-45	Ziraat Mühendisi	Lisans
V2	Kadın	35-40	Ev Hanımı	Lise
V3	Kadın	35-40	Rehber Öğretmen	Yüksek Lisans
V4	Erkek	40-45	Öğretim Üyesi	Doktora
V5	Erkek	40-45	Rehber Öğretmen	Lisans
V6	Kadın	40-45	Ev Hanımı	Lise
V7	Erkek	40-45	Tamirci	İlköğretim
V8	Kadın	35-40	Serbest Meslek	Lise
V9	Kadın	40-45	Serbest Meslek	İlköğretim
V10	Erkek	40-45	Sınıf Öğretmeni	Lisans
V11	Kadın	40-45	Esnaf	İlköğretim

Tablo 4 : Araştırmaya Katılan Velilerle İlgili Genel Bilgiler

### 3.3 Verilerin Toplanması

Bu araştırmada veriler, literatür incelemesi ve yarı yapılandırılmış görüşme formları ile toplanmıştır. Öğretmen ve öğrenci velilerine yöneltilmek üzere iki adet yarı yapılandırılmış görüşme formu hazırlanmıştır.(EK-1) Görüşme formlarının öğretmenler için hazırlanan kısmında 11 soru, veliler için hazırlanmış kısmında 13 soru bulunmaktadır. Velilere, öğretmenlere yöneltilen sorular yöneltildikten sonra ek olarak marka ve fast food ile ilgili sorular da yöneltilmiştir. Velilerin bu iki konuda bilgi verebilecekleri, öğretmenlerin bu konularda ayrıntılı ve ya yeterli bilgi veremeyecekleri var sayılmıştır. Görüşme formları hazırlanırken literatür taraması yapılmış ve elde edilen bilgiler ışığında elde edilen görüşme soruları öğretmen ve velilere yöneltilerek ön eleme yapılmıştır. Amaca hizmet eden sorular uzman görüşleri doğrultusunda görüşme formlarındaki yerini almıştır. Yapılan görüşmeler ses kayıt cihazı ile kayıt altına alınmıştır. Görüşme yapılan Sosyal Bilgiler Öğretmenlerinin 4'ü kadın 7'si ise erkektir. Öğrenci velilerinin ise; 7'si kadın 4'ü erkektir. Görüşmeler, her biri farklı sürelerde olmakla birlikte ortalama 20-30 dakika sürmüştür. Öğretmenlerle yapılan görüşmeler

okullarda boş sınıf ve ya kütüphane gibi mekanlarda yapılmıştır. Velilerle ise, öğretmenler ve ya idareciler üzerinden irtibat kurularak randevu alınıp görüşülmüştür. Görüşme yerleri çoğunlukla velilerin iş yerleri olmuştur.

Araştırmada geçerlilik ve güvenilirlik, araştırma sonuçlarının inandırıcılığı açısından önemli olmakla birlikte, nicel araştırmalar için geçerli olan geçerlilik ve güvenilirlik nitel araştırmalar için farklı şekilde yorumlanmaktadır. Nitel araştırmalarda geçerlilik, araştırmacının elde ettiği sonuçların topladığı verilere bağlı olduğunu, kendi varsayımlarının ve önyargılarının araştırma sonucuna etki etmemesidir (Yıldırım, Şimşek, 2006).

Nitel araştırmalarda güvenilirlik ise araştırma sonuçlarının tekrar edilebilmesidir. Ancak özellikle nitel araştırmalarda, sosyal olgular araştırılıyorsa insan faktörü işin içine girdiği için araştırma her zaman aynı sonucu vermeyebilir. Bu nedenle bazı araştırmacılar nitel araştırmalarda geçerlilik kavramı yerine “inandırıcılık, genelleme, aktarılabirlik”, güvenilirlik yerine ise “tutarlılık, tekrar edilebilirlik, teyit edilebilirlik” kavramlarını kullanmaktadırlar (Yıldırım, Şimşek, 2006).

Araştırmada, geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması için birden çok teknik uygulanmıştır. Bunlardan biri nitel araştırmalarda güvenilirliği artırmada en kullanışlı yöntem olan üye kontrolü (member checking) dür. McMillan'ın (2000, Akt. Büyüköztürk vd. 2008) sözünü ettiği bu yöntemle, araştırmacı notlarını katılımcılara (meslektaşlarına ve ya araştırmacılara) verir ve kayıtların yanlışsız ve ya eksiksiz olduğu doğrulanır. Buna Ekiz (2003), "veriler, analizler ve yorumların başka araştırmacıya sunulması" yöntemi adını vermiştir. Nitel araştırmalarda sıkça kullanılan "veriler, analizler ve yorumların başka araştırmacıya sunulması" yöntemi; araştırmacının araştırma analizlerini ve sonuçlarını incelemek ve de yorumların gerçeği yansıtıp yansıtmadığını, yansıtıyor ise hangi derecede yansıttığını anlamak amaçlarıyla başka bir araştırmacıya sunması ve onun görüşlerini almasıdır (s.38). Çalışılan ortamdaki her şeyin veri olarak kaydedilmesi, fotoğraflanması, detaylı notlar alınması, tüm bunların saklanması vb. de araştırmanın güvenilirliğini artırmak amaçlı yapılan çalışmalar arasındadır. Ayrıca, öğretmen ve velilerle gerçekleştirilen tüm görüşmeler bire bir

yapılmış ve ortama etki edebilecek başka bir faktör ve ya kişi dahil edilmemiştir. Görüşmelerin tamamı bizzat araştırmacı tarafından gerçekleştirilmiş; dolaylı yoldan veri toplanmamıştır.

### **3.4 Verilerin Analizi**

Elde edilen verilerin analiz edilmesinde ve kullanılmasında kolaylık sağlaması için katılımcılara birer sembol verilmiştir. Öğretmenler 'Ö' (1'den 11'e kadar), veliler ise 'V' (1'den 11'e kadar) şeklinde kodlanmıştır. Özel okulda çalışan öğretmenlerde ise 'ÖZ' kodu kullanılmıştır.

Verilerin analizleri için nitel araştırma veri analiz tekniklerinden "betimsel analiz" tekniği kullanılmıştır. Betimleme, olayları, obje ve problemleri anlama ve anlatmada ilk aşamayı oluşturur. Bu teknik; olayların, objelerin, varlıkların, kurumların, grupların ve çeşitli alanların "ne" olduğunu anlamaya ve betimlemeye çalışır. Betimleme araştırmaları mevcut olayların, daha önceki olay ve koşullarla ilişkilerini de dikkate alarak, durumlar arasındaki etkileşimi açıklamayı hedefler (Kaptan, 1998: 59). Bu yaklaşıma göre elde edilen veriler, daha önceden belirlenen temalara özetlenir ve yorumlanır. Betimsel analizde görüşülen ve ya gözlenen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilir. Bu tür analizde amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış bir biçimde okuyucuya sunmaktır. Bu amaçla elde edilen verileri önce sistematik ve açık bir biçimde betimlemek gerekir. Daha sonra yapılan bu betimlemeler açıklanır ve yorumlanır (Yıldırım, Şimşek, 2006: 224). Bu yöntemde araştırmacı, görüşülen kişinin söylemek istediği önemli bilgileri yakalar ve araştırmada sadece o bilgilerin yer almasını sağlar. Araştırma konusu dışında kalacak ilgisiz ve gereksiz bilgilere yer vermez (Büyüköztürk ve ark. 2008: 174). Betimsel analizde, görüşülen ya da gözlenen bireylerin görüşlerini çarpıcı bir biçimde yansıtmak amacıyla doğrudan alıntılara sık sık yer verilir. Bundaki amaç, elde edilen bulguları düzenlenmiş ve yorumlanmış olarak okuyucuya sunmaktır (Yıldırım ve Şimşek, 2006).

## BÖLÜM IV

### BULGULAR

#### 4.1 Popüler Kültür Algısı

Araştırmanın bu bölümünde, öğretmenlerin ve öğrenci velilerinin ‘popüler kültür’ hakkında ne kadar bilgi sahibi oldukları, genel olarak popüler kültür algılarının ne olduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla onlara, “*popüler kültürün ne olduğu*” sorusu yöneltilmiştir. Öğretmenler; popüler kültürün büyük oranda yabancı menşeli olduğunu, kendi kültürümüzden uzak olduğunu, kısa süre içinde değişebilen ve moda olan kültür olduğunu söylemişlerdir. Onlara göre bu kültür, yabancılar tarafından ülkemize sokulmuştur. Öğretmenlerin genel kanısı, bu kültürün moda olan ya da belli bir süreçte kullanımda olan kültür olduğudur. Buna ilave olarak, bazı öğretmenler, tanımlama yaparken, popüler kültürü halk kültüründen ayırmayı başarmışlar ve bu kültürün yurt dışından gelip çeşitli araçlarla bizlere ulaştığının altını çizmişlerdir. Bazı öğretmenler ise, tanımlamalarında çok geniş bir çerçeveye çizmişler ve çevremizdeki her şeyin popüler kültür içinde değerlendirilebileceğini söylemişlerdir. Kimine göre de popüler kültür tamamen olumsuzdur; hatta o, toplumdan uzak tutulması gereken salgın derecesinde bir olgudur.

Ö3: Gündelik kültür. Yani şu anda içinde yaşadığımız her şey. Gördüğümüz, konuştuğumuz, izlediğimiz her şey popüler kültür olarak benim kafamda yansıyor.

Ö5: Moda olan kültür. Popüler kültür denince çeşitli kitle iletişim araçlarıyla, çevresel şartlarla öğrencilerin moda haline getirdiği durum aklıma geliyor.

Ö7: Popüler kültür, günümüz toplumunun Post-modern yapısı içinde derinliksiz bir şekilde tüketime dayanıyor. Yüzeysel, derinliksiz, her şeyin tüketimine dayandığı bir kültürdür.

Ö9: Daha çok deforme olmuş ve yabancıların içimize sokmaya çalıştığı; televizyon, internet ve diğer yayın organlarıyla kültürümüze giren kültür diyebilirim. Özellikle kendi öz kültürümüzden biraz daha uzaklaşarak, öğrencilerimizin bu kültürü

benimsediklerini görüyorum. Tabii bu kültürün, öğrencilerimize pek uygun olmadığını ve onların hayatlarında bir yapı değişikliğine yol açtığını düşünüyorum.

Ö10: Popüler kültür, çabuk tüketilebilen, daha çok görselliğe dayanan, magazin dergilerinin, internetin, televizyonun aktif olarak yayılmasına aracılık ettiği kültürdür. İnsanların daha çabuk tükettiği, gördüğü ve bu gördüğü şeylerden çabucak sıkıldığı bir kültür diyorum.

Ö6: Salgın gibi bir şey popüler kültür.

Velilerin yarıya yakını bu konuda belirgin şeyler söyleyememiş, geri kalan kısmı ise kendi cümleleri ile popüler kültürü tarif etmeye çalışmışlardır. Özellikle yüksek öğrenim görmüş veliler, popüler kültür hakkında çok doğru ve net açıklamalarda bulunmuşlardır.

V1: Bir günde meşhur olanlar, yarın unutulurlardır.

V3: Müzik, eğlence anlayışı, kılık kıyafet, iletişim, her şeyin birbirini etkilemesidir popüler kültür. Hızlı hareket eden değişen her şeydir.

V5: Özellikle yeni kuşağın talep ettiği kültür. Giyim tarzından yemeğe kadar bir dizi şey ve davranışlar aklıma geliyor.

V9: Aklıma bir şey gelmiyor.

## 4.2 Bilgisayar ve İnternet Kullanımı

Bu bölümde; “çocukların bilgisayar ve interneti ne ölçüde kullandıkları, bu araçlardan ne derecede etkilendikleri ve bunların çocukların davranışlarına nasıl etkilediği” sorularına öğretmen ve velilerin yanıtları yer almaktadır. Öğretmenler, verdikleri yanıtlarda özellikle bilgisayar oyunlarının öğrencileri arasında çok popüler olduğunu, genel olarak bilgisayarın ve internetin öğrencilerini olumsuz etkilediğini belirtmişlerdir. Öğrencilerin, okul dışındaki zamanlarının büyük bölümünü eğer evde bilgisayarları varsa evde; yoksa internet kafelerde geçirdiklerini söylemişlerdir. Hatta bazı öğrencilerin, okula gelmeyip internet kafede okulun çıkış saatine kadar oyun oynadıklarını ileri sürmüşlerdir. Öğretmenlere göre, bilgisayar kullanımı onların istedikleri amaçlara yönelik değildir. Bu bağlamda, öğrenciler; daha çok arkadaşlarıyla iletişim kurmak, oyun oynamak (ki bu oyunların neredeyse tamamına yakını şiddet

içerikli), ilgilerini çeken pornografik ya da erotik sitelere girmek için bilgisayarı ve interneti kullanmaktadırlar. Öğrenciler, oyunlardan etkilenerek birbirlerine şiddet uygulamaktadırlar. Bu, onlara son derece doğal gelmektedir. Sorulduğunda oyun oynadıklarını, kötü bir şey yapmadıklarını söylemektedirler. Yani çocuklar, şiddeti içselleştirmişlerdir. Öğrenciler, arkadaşlarıyla koridorda kavga etmeyi ‘smack down’ oynamak olarak algılamaktadırlar. Bunun kendilerine ve de arkadaşlarına zarar vereceğini düşünmemektedirler.

Ö1: Sınıfta hiç ele avuca sığmayan öğrencilerin bile benden daha iyi bilgisayar kullandıklarını düşünüyorum. Projeksiyonu ayarlarken bile heyecana kapılıyorlar ve çok istekli davranıyorlar.

Ö2: Benim öğrencilerimde bilgisayar kullanımı çok yaygın. Nerdeyse her öğrencimin evinde bilgisayar ve internet var. Bunları amacına hizmet eder şekilde kullandıklarını düşünmüyorum. Oyunlara çok meraklılar. Oyunların çocuklar üzerinde çok fazla etkisini görmekteyim.

Ö5: Öğrenci internete girmek için okulu asıyor. Grup oluşturup topluca okulu asan, internet kafeye gidip ‘Metin 2’ oyun oynayan öğrencilerimiz var. Ben bizzat kendim gidip internet kafelerden öğrenci topluyorum.

Ö6: Bilgisayar oyunları çocuğu bağımlı hale getirebiliyor. Birbirlerine vurmaya oyun haline getirebiliyorlar bir süre sonra. Koridorda birbirlerine vuruyorlar. Ne yaptıklarını soruyorum; Kurtlar Vadisi oynuyoruz ya da ‘smack down’ oynuyoruz diyorlar. Bilgisayar oyunları ahlaki yönden, şiddet yönünden olumsuz. Kafası gözü patlayan öğrencilerimiz oluyor. Mesela, bir keresinde öğrenciler masa örtüsünü iki tarafından tutup içine bir arkadaşlarını koymuşlar. Yukarı fırlatmışlar. Tabi çocuk aşağıya düşünce kaşı-gözü patlamış. Bunun gibi çok örnek var. Çocuklar, bunu doğal olarak algılamaya başladılar. Neden yaptığını soruyorum, kızıyorum öğrenciye, ‘ben ne yaptım ki?’ diye cevap veriyor. Yanlış yaptığının farkında bile değil. Uyardığım zaman tepki gösteriyor bana.

Öğretmenlerin üzerinde durdukları bir diğer konu da, internetin bilgiye ulaşmak için çok elverişli bir araç olmasına rağmen öğrencilerin bundan faydalanmamalarıdır. Öğretmenlere göre çocukların, kütüphaneye gitmek ya da kitaplardan araştırma yapmak

gibi alışkanlıkları yoktur. İnternette faydalanırken çok sığ araştırma yapmaktadırlar. Google'a konuyu yazıp karşlarına çıkan ilk siteden yazıyı indirmekte ve ödev olarak bunu getirmektedirler. Öğretmenlere göre, günümüz bilgi çağı diye adlandırılmaktadır ama inanılmaz bir bilgi kirliliği söz konusudur. Özellikle sosyal bilimlerde konular her tarafa çekilebilmektedir. Yani, değişik bakış açıları ile ele alınabilecek potansiyele sahiptir. Dolayısıyla çocuğun karşısına çıkan ilkyazı, taraflı veya belli bir propagandayı içeren yazı olabilmektedir.

Ö7: İnternet diyoruz; bilgi çağı diyoruz ama bir o kadar da bilgi kirliliği söz konusu. Çocuklar Google'a yazdıkları kelime ile karşlarına çıkan ilk sitenin yazısını doğru olarak algılıyor. Yanlış ya da çarpıtılmış bilgi olabileceğinin farkında değil. Birinin yorumu olabilir bu; ya da art niyetli bir yazı olabilir. Çocuk bunu kesin bilgi olarak algılıyor.

Ö8: İnternet bilinçli olarak kullanıldığında yararlı ama maalesef bizim çocuklarımızda ve velilerimizde bu bilinç yok. Biz de çocuklara yeterince faydalı olamıyoruz. Çocukları bilgisayarın başından alamıyoruz. Özellikle oyun merakları var. Oyun alıp veriyorlar birbirlerine, takas ediyorlar. Bir de bunlar ergenlik çağına girmeye başlayan çocuklar oldukları için cinselliğe meraklılar. Ailede de bu eğitim verilmediği için çocuk bunu birbiriyle internette paylaşarak öğreniyor. Bilgisayardan istenmeyen sitelere giriyorlar.

Ö9: İnterneti kullanmayı bilmiyor öğrencilerimiz. Daha çok oyuna yöneliyorlar. İnternette bilgiye ulaşması çok kolayken çocuklara bunu yaptırıyoruz. İnternette bulduğu ilk bilgiyi alıp bize getiriyorlar. Teknoloji kullanmayı bilmiyorlar. Burada aileye çok büyük görev düşüyor. Zararlı sitelere girmemesi konusunda izahta bulunmaları gerekir.

Öğretmenler, öğrencilerin sosyal ilişkilerinin zayıf olduğunu, bu bağlamda dışarıda oyun oynamak yerine bilgisayarda oyun oynamayı, yüz yüze görüşmek yerine de bilgisayarda sohbet etmeyi tercih ettiklerinin altını çizmektedirler. Sohbet konularının genellikle oynadıkları "Metin 2" gibi şiddet içeren silahlı oyunlarla ilgili olduğunu söylemektedirler. Çoğu öğretmene göre; internet çocuklara zarar vermekte ve onların davranışlarını aşırı derecede etkilemektedir. Buna ek olarak çocuklarda bilgisayar



kullanma yaşı gittikçe aşağılara inmektedir. Bazı öğretmenlere göre; teknoloji, belli bir yaştan sonra kullanılmalıdır.

Ö10: Bilgisayarla iç içe olduklarını görüyorum. Bilgisayar kullanmayan tek bir öğrenci bile yok. Popüler kültüre daha çok bilgisayar ve internetten ulaştıklarını düşünüyorum. Gazete ve dergi okumak hiç yok. Kullanım hat safhada; hepsi bilgisayar delisi.

Ö11: Çağımızda bilgisayarı sevmeyen çocuk yok zaten. Yaş sınırı daha çok aşağılara düştü. Anasınıfına kadar indi. Bu olumlu fakat ailelerin çok titiz ve dikkatli olması lazım. Belli bir yaştan sonra teknoloji kullanılmalı. Teknolojiyi kullanmaya özendirme lazım çocukları.

Aynı soruya öğrenci velilerinin verdiği yanıtlar da öğretmenlerinkilerle paralellik göstermektedir. Veliler de, çocuklarının bilgisayar başından kalkmadıklarını söylemektedirler. Özellikle bilgisayar oyunlarına yoğun bir biçimde ilgi duyduklarını ve arkadaş ilişkilerinde sohbet konularının genelde bunlar olduğunu dile getirmektedirler. Çocuklar, özellikle sosyal medyayı çok sık kullanmaktadırlar. Arkadaşları ile sürekli iletişim halinde olmaktan hoşlanmaktadırlar. Arkadaşları, onların davranış şekillerini aşırı düzeyde etkilemektedir. Eğer popüler olanı takip etmezlerse ve özgün şeylerle meşgul olurlarsa arkadaş ortamından uzak kalma, bir anlamda dışlanma korkusu taşımaktadırlar. Sosyal medya diye tabir edilen sanal ortamda gruplar oluşturmaktadırlar. Moda olan konular ile ilgili sohbetler etmektedirler. Ayrıca veliler; bilgisayar başında çok fazla vakit geçiren çocuklarda dikkat dağınıklığı görüldüğünü söylemekte; obezite, hiperaktivite gibi problemlerin fazlaca görülür hale geldiğinin altını çizmektedirler.

V1: Bilgisayarın başında sınırsız oturabilir. Savaş oyunları oynuyor. İzin vermeyince dışarı çıkmak istiyor. Ben de gözümün önünde olsun diye dışarı çıkması yerine bilgisayarda oturmasını yeğliyorum. Fiziksel olarak rahatsız edici bir pozisyonda oturuyor. Bunun yanında sürekli radyasyona maruz kalıyor. Onlar farkında değil ama zamanları boşa geçiyor.

V2: Facebook'taki saçma sapan şeyleri seyretmeyi seviyor. Oradaki müzikleri dinliyor; bana da dinletiyor. Saatlerini geçiriyor bilgisayarın başında. Bu bir gerçek tüm çocuklar

için. Şiddeti sevmiyor; korku filmlerini sevmiyor benim kızım. Daha çok komedi izliyor. Şiddet uygulayan çocukların bunu dikkat çekmek için yaptıklarını; aile içinde mutlu olmadıklarını söylüyor. Bu çok bilinçli bir söz. Ama benim kızım gibi olan çocuklar çok az.

V3: Eğitimine yardımcı oluyor bilgisayar. Ödev hazırlama olsun konu tarama olsun bunları kolaylaştırdı. Eskiden kitapla kütüphaneye uğraşırken şimdi tek tuşla ulaşabildikleri bir sürü kaynak var. Doğru kullanıldığı sürece iyi bir şey bu bence.

V4: Sürekli bir nette kalma durumları var. Sosyal medyayı, sosyal ağları çok fazla kullanıyorlar. Hemen hepsinin üye olduğu birden fazla sosyal ağ var. Kendi oluşturdukları gruplar var. Böyle olunca birinin etkilendiği şeyden diğerlerinin de etkilenmemesinin imkânı yok. Neden bu kadar sıradansınız diye sorduğumda hepsinden gelen yanıt şu: Sohbetin dışında kalıyoruz aksi takdirde. Bu sohbetin konusu bir bilgisayar oyunu olabilir. O dönem moda olan bir ayakkabının rengi olabilir. Ama bu, çok okunan bir kitap olmaz. Bu dönem 'metin2' diye bir bilgisayar oyununu konuşuyorlar. Onu konuşmaya başladıklarında sanki başka bir dünyanın insanı gibi oluyorlar... Bilgisayar gerçek ilişkileri sanal ilişkilere dönüştürüyor.

V5: ...Bence bu bir geçiş aşaması. Kullanmayı öğrendikçe güzel kullanmayı öğreneceğiz. Şimdi zararları varmış gibi düşünülüyor... Ağırlıkla oyun oynuyor. Çok fazla oyun oynuyor. Uzmanlardan duyduğuma göre, aşırı derecede oyun oynayan çocuklarda dikkat dağınıklığı yaygınlaşmaya başladı. Çoğu çocuk sanki sizi duymuyor gibi... İnternetin tartışılmaz faydaları var. Ancak çocuklar yaş itibarıyla onu dengeleyemiyorlar... Ben şimdiki çocuklara üzülüyorum. Bizim zamanımızda bir koşuşturma bir enerji atma vardı. Şimdi çocuklar apartmanda oturuyor; bilgisayar başında oturuyor; enerjisini atamıyorlar. Obezite olanlar, enerjisini atamadığı için öğretmenine agresif davrananlar var. Benim çocuğum mesela internetin başında oturur; yanında yiyeceği ve içeceği var. Sürekli iki büklüm oturması kas sistemini kemik sistemini olumsuz etkiliyor.

V6: Ben internetin hiç yardımcı olduğunu düşünmüyorum çocuklarımıza... İnternette öğrenebileceği çok fazla bir şey yok. İlgilendikleri oyun ve yaramaz şeyler.

V8: İş cinayete kadar gitmiş. Oradaki oyunu geçmek için cinayet işliyorlar. Bunu duyunca çocuğuma bırakacaksın o oyunu dedim. Arkadaşları oynadığı için o oyunu oynuyor; dışarı çıkıp gezmek istemiyor.

V9: Bütün gün Facebook un başında. Gündüz onun başında, gece uyanıyor onun başına geçiyor. Dışarıya çıkıp arkadaş çevresiyle iletişim kurmak yok. Hep onun başında.

V10: Arkadaşlarıyla konuştukları konular hep bilgisayar oyunları. Metal2'ydi Wolfeam'di. Konuştukları bu; başka bir şey konuşmuyorlar.

V11: Sürekli bir oyun halindeler; sürekli.

### **4.3 Televizyon İzleme Alışkanlığı**

Televizyon izleme alışkanlığı hakkında sorulan sorulara öğretmenlerin verdikleri yanıtlar benzerlik göstermektedir. Hemen her öğretmen, öğrencilerinin çok fazla televizyon izlediklerini ve televizyonda izledikleri programların etkisinde kaldıklarını söylemektedir. Onlara göre öğrenciler, genellikle popüler dizileri, yarışma programlarını ve gösteri (show) programlarını takip etmekte. En çok da Kurtlar Vadisi, Muhteşem Yüzyıl, Fatma Gül'ün Suçu Ne? gibi dizilerle Smack Down denilen show programını izlemekte. İzledikleri programlardan hemen etkilenip o programlardaki karakterleri bire bir taklit etmekte. Öğretmenler, sınıfa girip derse başladıklarında dün akşam hangi dizinin izlendiğini anlayabildiklerini söylemekte. Muhteşem Yüzyıl örneğinde olduğu gibi dizilerin çocuklardaki tarih merakını artırdığını iddia eden öğretmenler de bulunmaktadır. Öğretmenler, ders esnasında öğrencinin duyduğu her hangi bir şeyden izlediği programa dair bir replik çıkarmasını artık çok olağan kabul etmektedirler. Öğrenciler, teneffüslerde izledikleri dizilerdeki karakterler gibi konuşmakta, onlar gibi davranışlar sergilemektedir. Saç modellerini, takılarını, kıyafetlerini onlar gibi seçmeye çalışmaktadır. Televizyon izleme saatleri 3, 4 hatta 5 saati bulabilmektedir. Öğretmenlere göre, televizyon sanki öğrencileri içine çekmektedir. Öğrenci, karakterleri içselleştirmektedir. Bunda ailelerin de çok fazla payı vardır. Anne-babanın televizyona kilitlenmesi çocuklara da başka bir alternatif bırakmamaktadır.

Ö1: Bir kere dizilere çok meraklılar... Haber programlarıyla falan alakaları yok. Hürrem yüzüğü kızlarda takılmaya başlandı mesela.

Ö2: Çocukların koridorlarda sürekli dans ettiklerini görmekteyiz... Televizyonun öğrencilerimizi olumsuz etkilediğini düşünmekteyim... Derste, sınıfta, koridorda yaptıkları hareketlerden reklamların çok fazla etkisinde kaldıklarını anlıyorum... Fatma

Gül'ün Suçu Ne? Adlı dizideki tecavüz sahnesinden ne olursa olsun her çocuğun olumsuz etkilendiğini düşünüyorum. Cinsel içgüdülerinin, bu tür şeylere ilgilerini artırdığını söyleyebilirim... Velilerin bilinçli olması gerekiyor.

Ö3: Mesela, izlediği bir dizideki karakterin sözünü ders esnasında pat diye söyleyebiliyor... Televizyon dizilerinin öğrencilere bir şey kazandırdığını düşünmüyorum. Tam tersine olumsuz etkilediğini düşünüyorum.

Ö4: Muhteşem Yüzyıl dizisini izliyorlar. Öbür gün geliyorlar: “Öğretmenim şu doğru mu?” Onlar gibi konuşuyorlar; dizi karakterleri gibi. Kurtlar Vadisi izliyorsa öğrenci hemen anlıyorsunuz bunu. Çünkü tavırları öyle. Derste bile taklidini yapıyor. Mesela 118. sayfayı açmalarını söylüyorum bir tanesi hemen “118 80 “ diyor. Çocuğun kafasında kalıyor onlar.

Ö6: Ünlülerin taklitlerini yapıyorlar. Onların sözlerini tekrarlıyorlar. Dış görünüş olarak onlara benzemeye çalışıyorlar... Etkileniyorlar; direkt etkileniyorlar. Kendi kızımı televizyonda olumsuz bir şey olduğu zaman uzaklaştırıyorum. Çünkü çocuğa bir bakıyorsunuz dalıyor gidiyor televizyonun içine. Sanki televizyon onu içine çekiyor gibi...

Ö8: Televizyondan izlediği bütün her şeyi doğru olarak algılıyor; seçemiyor çocuk. Kuzu ailesindeki bir karakter gibi gülüyor; Kurtlar Vadisi'ndeki biri gibi konuşuyor... Sınıfta sorduğumuzda günlük televizyon izleme saatlerini; en az 3-4 saat. Günde 5-6 saat sırf televizyon başında geçirenler var. Çocuk televizyonun başına geçiyor önüne ne gelirse seyrediyor. Ne akıllı işaretler ne başka bir şey... Aileler de uymuyor buna.

Ö9: Özellikle sınıfa girdiğimde o gün hangi dizinin izlendiğini fark edebiliyorum. Bu dizilerin etkisinde kaldıklarını görüyorum. Dünyadaki olayları takip etmiyorlar ama bir filme gelince ayrıntılarıyla anlatabiliyorlar. Bir şarkıcının hayatını anlatabiliyorlar.

Ö10: Deli gibi smack down izliyorlar. Okulda, sınıfta, bahçede sürekli smack down halindeler. Ben nöbetçiye gidiyorum; kavga ediyorlar sanıyorum. Kavga etmediklerini oyun oynadıklarını söylüyorlar. Fast food şarkıcılar var İsmail YK gibi. Onun şarkılarını duyuyorum. İzledikleri filmler diziler hep aşk filmleri. Onlarda geçen afiş cümlelerini replikleri tekrarlayıp duruyorlar. Mesela Muhteşem Yüzyıl'ı izliyorlar. Ben bunu olumlu görüyorum. Popüler olabilir ama çocuk en azından merak ediyor.

Gelip soruyor Mustafa ya ne olacağını. Tarihi merak etmeleri hoşuma gidiyor bu anlamda. Ama genellikle dizi filmlerin çocukları olumlu etkilediğini düşünmüyorum.

Ö11: Tamamen hayatı dizilerle yönlendirilmiş, diziyle sabah kalkan, diziyle öğlen okula gelen, diziyle okuldan ayrılan ve akşam yatarken diziyle yastığa başını koyan bir nesil var artık... Derste arkadaşına ‘‘Memati’’ diye seslenmesi. Onun da ‘‘Polatım’’ diye yanıt vermesi... Akıllı işaretlere çoğu insanın uyduğunu düşünmüyorum.

Öğrenci velilerinin, çocukların televizyon izleme alışkanlıklarına ilişkin görüşleri incelendiğinde bu görüşlerin öğretmen görüşleri ile büyük oranda benzerlik gösterdiği görülmüştür. Veliler, televizyon izleme saatlerine kısıtlama getirdiklerini, aksi takdirde çocuklarının sürekli TV başında oturacaklarından emin olduklarını dile getirmektedirler. En çok izlenen programlar şöyle sıralanabilmektedir: Diziler (Arka Sıradakiler, Fatma Gül’ün Suçu Ne? Öyle Bir Geçer Zaman Ki) macera filmleri, spor programları, yarışma programları (Survivor). Veliler, televizyonun çocukları üzerinde olumsuz etkileri olduğunu düşünmektedirler. Bazıları da tadında bırakılırsa televizyon izlemenin eğlenceli ve rahatlatıcı bir yönü olduğunu söylemektedir. Genel olarak çocuklarının televizyondan etkilendikleri konusunda hem fikirler. Bu alışkanlıklarının arkadaş çevresinin etkisiyle oluştuğunun da altını çizmektedirler.

V1: Erkek çocuğu olduğu için genelde macera filmleri izliyor...

V2: Çocuklar birbirlerini dizi izlemeye teşvik ediyorlar. Mesela, kızım gelip bana hangi dizide ne olduğunu, neler yaşandığını söylüyor. Bunları arkadaşlarının kendisine söylediğini, hatta seyretmediğini duyunca şaşırıp nasıl olup da seyretmediğini sorduklarını söylüyor. Merak ediyor. O diziye bakalım diyor.

V3: ...Dinlenme anınızda bir komediyi ailecek seyredebilir, bundan keyif alabilir, hatta karakterler üzerine yorumlar yapabilirsiniz. Bundan keyif alabilirsiniz; eğlenebilirsiniz. Olumlu etkileri de vardır ama hayatınızın geneline giriyorsa sıkıntı var demektir.

V4: Bıraksanız tüm gününü TV karşısında geçirebilir. Eskiden çizgi film kanallarını seyrederdi şimdilerde spor kanallarını seyrediyor. Bıraksam Kurtlar Vadisi türü şeyleri kesin izlerdi ama izleyemiyor. Baskı var üzerinde.

V5: Örnek verecek olursak, Arka Sıradakiler dizisindeki çocukların saldırgan davranışları onun çok hoşuna gidiyor. Ondan çok fazla etkileniyor. Çünkü o çağda bir kabul görme var. Yani o şekilde davrandığı zaman arkadaş grubunda içerisinde kabul görme var... Biz kurallar koymaya çalışsak da bir dizi furyasıdır gidiyor. Onu takip etmeye çalışıyor.

V6: ...Ben hiç bilmiyordum. Öyle bir espri varmış. Sene içinde bana şöyle bir dokundu: 'Naber hacı?' dedi. Çok şaşırđım... Televizyonda gördüğü insanlar gibi dans ediyor. Özellikle müziğin sesini çok fazla açıyor.

V7: 2-3 saatini televizyon izleyerek geçiriyor. Acun'un Survivor'ını izliyor.

V9: Televizyonla pek ilgisi yok. Daha çok müzik dinliyor.

V10: Sekizinci sınıf olmasına rağmen çizgi film seyrediyor. Birkaç tane de dizisi var: Öyle Bir Geçer Zaman Ki, Arka Sıradakiler, Fatma Gül'ün Suçu Ne? Ben aynı zamanda sınıf öğretmeniym. Bir gün üçüncü sınıf olan öğrencilerime sordum. Fatmagül'ün Suçu Ne'yi İzlediniz mi diye. Sınıfın yüzde altmışı parmak kaldırdı.

V11: Televizyonda gördüğü bir şeyi mesela cep telefonunu istiyor. Yeni çıkmış diyor. Bazı ailelerin bütçesi yetiyor bazılarınkı yetmiyor. Televizyon, çocuğun ihtiyaçlarını artırıyor bir anlamda.

#### **4.4 Popüler Kültür ve Öğrenci İlişkisinde Dış Faktörler**

Bu bölümde çocuğun tercihleri üzerinde, sırasıyla; aile ve akrabalarının, arkadaş çevresinin ve sosyal çevrenin etkileri üzerinde durulmaktadır.

Öğretmenler, çocuğun tercihlerinde aile ve akraba çevresinin genelde etkili olduklarını fakat bu etkinin aileden aileye değişiklik gösterdiğini dile getirmektedirler. Onlara göre bazı aileler, çocuklarının tercihleri konusunda etkili olurken bazıları ise etkili olamamaktadır ve çocuk başka faktörlerin etkisinde kalmaktadır. Ailenin siyasal, sosyal yapısı, dünya görüşü vb. çocuk üzerinde çok etkilidir. Ayrıca, çocuğun kendine olan güveninde ve de benlik algısında ailenin etkisi çok fazladır. Kimi aileler, çocuklarıyla tercihleri konusunda hiç ilgilenmemektedir. Bunlar genelde okulla da çocuklarının dersleriyle de ilgilenmemektedirler. Kimi aileler ise şiddete başvurmaktadır. Ailesinden şiddet gören çocuklar vardır. Öğretmenlerin bazıları, bilinçli ailelerin çocuklarının çok

kolay ayırt edilebildiğini, belli konularda çocuklarına sınırlama getiren ailelerin bilinçli olduklarını söylemektedirler.

Ö4: ...gerçekten çocuğun aile yapısı, düşüncesi, tamamen etkili oluyor. Aile çok önemli. Bir ailenin siyasi görüşü, davranışları, dünyaya bakış açıları vb. şeylerden çocuk mutlaka etkileniyor. Bir şey söylediğinde anlıyorsunuz ki verdiği cevap anne babasının görüşü. Çünkü o yaştaki bir çocuk o şekilde düşünemez.

Ö6: Aile, sürekli çocuğunun öğretmenleriyle temas halinde ise, onlarla sürekli görüşüyorsa çocuğun tercihlerini etkiler. Ama affedersiniz, ‘‘Saldım çayıra Mevla kayıra’’ aileler de var. Çocuğu kaçta gelmiş kaçta gitmiş; okul kaçta başlıyor vb bunları bilmeyen aileler var. Cumartesi okulun olduğunu sanan aileler var.

Ö7: Çocuğun özgüven kazanmasından benlik algısına kadar etkiler aile ve akraba çevresi.

Ö8: Aileler etkili olamıyor aslında. Olmaya çalışıyorlar ama hala eski yöntemlere başvuruyorlar. Eti senin kemiği benim anlayışı var hala. Çocuklarıyla baş edemiyorlar. Üstelik bu ergenlik çağında ergenlik sorunlarıyla baş etmek aileleri aşıyor. Öğrencilerimizi çoğu maalesef ailelerinden şiddet görüyorlar.

Ö10: Etkili olan var olmayan var. Bilinçli aileler çocuklarını o bilinçle yetiştiriyorlar. Çocuklarına sınırlama getiren aileler daha bilinçli aileler.

Öğretmenlerin, arkadaş çevresinin öğrenci üzerindeki etkileri konusundaki düşünceleri öğrenci velilerinininkilerle benzerlik göstermektedir. Bütün öğretmenler; öğrencinin tercihleri üzerinde, arkadaşlarının çok fazla etkili olduğunu söylemektedirler. Hatta bu etkinin aile, akraba ya da sosyal çevreden çok daha belirleyici olduğunu dile getirmektedirler. Bu, onların yaşlarıyla yakından ilgilidir. İlköğretim ikinci kademe öğrencileri özellikle de 8. sınıf öğrencileri arkadaş ortamını ve arkadaşlarının düşüncelerini aşırı derecede önemsemektedir. Bu öğrenciler, arkadaş seçimlerini kendine yakın gördükleri, kendi sosyo-kültürel ve ekonomik yapısına uygun olanlardan seçmektedirler. Arkadaşlarının etkisi olumlu ya da olumsuz olabilmektedir.

Ö2: Baskın gruplar çok etkili. Olumlu da etkileyebiliyor olumsuz da...

Ö3: İlköğretim ikinci kademe öğrencilerinde arkadaş birinci planda. Öğretmen, anne baba sonra geliyor. Arkadaşı beyaza beyaz deyince kabul ediyor. Ama anne-baba dediği zaman kabul etmiyor.

Ö5: Arkadaş çevresi büyük bir kısmının üzerinde etkili. Hiç tahmin edemeyeceğimiz öğrenciler okulu asma, okula gelmeme, bizden ve ailesinden habersiz okulu terk etme gibi davranışlar gösterdi. Nedeni, arkadaşlarının etkisinde kalması.

Ö6: Etkili, etkili; çok etkili.

Ö7: Olumsuz da olabiliyor bu etki, olumlu da...

Ö8: Bunlar, arkadaş seçerken kendisiyle aynı durumda, aynı seviyede olan öğrencileri tercih ediyorlar. Aynı sorunu olanlar arkadaş oluyor.

Ö9: Çok olumsuz etkiliyor. İyi öğrencilerimiz bile olumsuz arkadaş ortamından etkileniyorlar.

Ö11: Tercihleri üzerinde çok etkili... Çocuk gelecek kaygısı taşıyorsa seçtiği arkadaş da taşımayan bir öğrenci oluyor.

Sosyal çevrenin öğrencinin tercihleri üzerinde etkisi ile ilgili öğretmenlerden aldığımız yanıtlar çeşitlilik göstermektedir. Öğretmenler, sosyal çevrenin öğrenciyi mutlaka etkilediğini söylerken, bu etkilere bariz örnekler verememektedirler. Genel olarak okullarının bulunduğu ya da öğrencilerin geldiği mahallelerin özelliklerini anlatmakta ve öğrencinin de ona göre şekillendiğini dile getirmektedirler. Bazı öğretmenler, öğrencilerinin, üst düzey sosyo-ekonomik seviyede olan ailelerin çocukları olduğunu; doğal olarak etkilendikleri kültür ortamının elit diye tabir edilen bir yönü olduğunu dile getirmektedir. Bu öğrencilere, varoştan ya da kırsaldan gelen öğrencilerin özendiğini, onlar gibi davranmaya çalıştıklarını söylemektedirler. Kimisine göre, öğrencilerin farklı toplumsal ve ekonomik tabakalara ait olmaları okul ortamında gruplaşmaya neden olmaktadır. Genel olarak varoş diye tabir edilen gecekondular mahallelerinden gelen öğrenciler, önlerine bir hedef koymadan yaşamaktadırlar. Bunların kültür seviyeleri de çok düşüktür. Öğretmenlerin bir kısmı da, her şeyin domino taşı gibi birbirini etkilediğini, birbirini tetiklediğini söylemektedir. Köyden gelmiş ve kente adapte olamamış öğrenci profilinin diğer çocuklara olumsuz örnek oluşturduğunu, davranışlarındaki kabalığın diğerleri tarafından örnek alındığını iddia etmektedirler.



Ö3: Çevrelerinde olumsuz çok örnek var. Bulunduğu çevre, çok etkili.

Ö4: Bizim öğrencilerimizin aileleri üst tabakadan. Mesela Milli Eğitim Müdürü'nün çocuğu, savcının çocuğu buradadır. Üst tabaka ailelerin ve çevrenin çocukları oldukları için çok fazla problemle karşılaşmıyoruz. Sadece her şeye çabuk ve kolay ulaştıkları için şımarıklık gösteriyorlar.

Ö6: Çocuklar hangi çevrede büyüyorsa o çevrenin kültürü ile okula geliyorlar. Varoştan gelenler kent kültürü ile yetişmiş çocuklara özeniyorlar. Onlar gibi davranmaya çalışıyorlar. Onlar ne dese yapacak hale geliyorlar.

Ö9: Bizim öğrencilerimiz daha çok varoş öğrencisi. Doğal olarak ailelerinin kültür seviyesi düşük. Hedefleri yok.

Ö10: Burada çocukların hepsi birbirine model oluyor. Olumsuz davranışlar çok çabuk kabul görüyor. Bence domino taşları gibi her şey birbirini tetikliyor.

Öğrenci velileri ile görüşüldüğünde; öncelikle, çocukları üzerinde aile ve akraba çevresinin etkisi soruldu. Velilerin büyük bir kısmı çocukları üzerinde etkili olabildiklerini; onun tercihlerini etkileyebildiklerini söylemişler. Bazı veliler de çocuklarının tercihleri konusunda asla etkili olamadıklarını dile getirmişler. Bu iki görüşü dile getiren velilerin eğitim ve ekonomik durumlarına bakıldığında; çocuklarının tercihlerini etkileyebilen velilerin eğitimi ve gelir düzeyi yüksek veliler oldukları görülmektedir.

V1: Biz ortak karar almaya çalışıyoruz genelde; onun isteklerini de göz ardı etmeden.

V2: Ailede dinlenen müzik bile çocuğa yansıyor. Ben Sezen'i seviyorum o da Sezen'in parçalarını çok seviyor.

V3: Çok etkiliyor. Mesela, birinden bahsederken o kişiyi övmeniz, onu abartmanız çocuğun dikkatini çekiyor. Birine hayran hayran baktığımızda çocuk etkileniyor bundan. Tersine de oluyor. Mesela, halanın oğlundan bir halt olmadı dediğinizde çocuk ondan soğuyor, ondan direkt uzaklaşıyor.

V5: Biz pek müdahil olamıyoruz. Mesela alışverişe gittiğimizde kendi istediğini alıyor.

V6: Böyle ufak tefek şeylerde onun dediğini yapıyoruz ama genelde belirlediğimiz konulardan şaşmıyoruz. Bizim dediğimiz eninde sonunda oluyor. Kendisine zarar getirmeyecek şeyler hakkında izin çıkıyor.

V7: Bir şey alacakları zaman ben akıllarına geliyorum. Babam buna karşı çıkar diye düşünüp almıyorlar.

V8: Hiçbir şekilde etkileyemiyoruz. Yapacağını yapıyor. Kendi görüşmek istediği kişilerle görüşüyor mesela.

V9: Hayır. Ben ne desem ne yapsam dinlemiyor. Beni hiç dinlemiyor.

V10: Mantıklı bir şekilde açıklamasını yaparsam benim dediğimi yapıyor. Gerekçeleriyle anlatırsam anlıyor.

V11: Oğluma yaptırabiliyorum istediklerimi. Hâkimiyet kurabiliyorum üzerinde.

Öğrenci velileri, tıpkı öğretmenler gibi çocuk üzerinde arkadaş çevresinin, akran gruplarının etkisinin çok fazla olduğunu söylemektedirler. Onlara göre bu etki, aileden bile önde gelmektedir. Arkadaşlarının düşünceleri çok önemlidir; onları aşırı derecede önemsemektedir. Anne-baba ikinci planda kalmaktadır. Arkadaş grubu çocuğu farklı yönlere çekebilmektedir. Farklı alışkanlıklar kazandırabilmektedir. Bütün veliler, çocuğun tercihlerini etkileme konusunda arkadaş çevresini birinci sıraya koymaktadırlar. Eğitimli ve gelir seviyesi yüksek veliler, çocuklarının arkadaşlarını kontrol etmeye çalışmaktadırlar. Söylediklerine göre de bunu başarabilmektedirler. Ama eğitimsiz ve gelir seviyesi düşük aileler bu konuda sıkıntı yaşamaktadırlar.

V1: Arkadaşlarını takip ediyorum. Arkadaş ilişkilerini kontrol edebiliyorum. Neredeyse ondan çok okula gelmişliğim var.

V2: En büyük etken, arkadaş çevresi. Anne-baba ikinci planda maalesef. Arkadaş çok iyi bilir; anne baba bir şey bilmez. Arkadaşla eğlenilir; anne-babayla oturulur onlardan nasihat dinlenilir. Kötü bir arkadaşından çocuğu uzaklaştırmak çok zor.

V3: Üzüm üzüme baka baka kararır... Arkadaş çevresi, sizin önünüze geçiyor. Ailelerinin yanlış yetiştirdiği çocuklar var. Ben onlardan çaktırmadan uzaklaştırıyorum çocuğumu. Benim hedefe aldığım çocukları da ona sezdirmeden eve aldım, onla daha yakın olmasını sağladım. Direkt müdahale ediyorum yani.

V5: Genellikle Can'ın arkadaşlarının anne-babası bizim arkadaşlarımız. Kişilik tam oturmadiğı için, arkadaş grubu onu farklı bir yöne yönlendirebiliyor.

V9: Selenay'la çok samimiler. Onun hareketlerini bana yapmaya başladı. Bana karşı asla sesini yükseltmezdi ama şimdi yükseltiyor. Bana karşı gelmezdi şimdi bana karşı çıkıyor. Ondan etkileniyor.

V10: Benim çalıştığım okulda okuyor çocuğum. O yüzden arkadaş çevresini kontrol edebiliyorum. Bence arkadaş çevresi benden bile daha etkili. Bunu net olarak biliyorum.

Öğrenci velileri, sosyal çevrenin çocuk üzerindeki etkileri konusunda birbirlerinden farklı düşüncelere sahiptirler. Bazı veliler, buldukları sosyal çevrenin çocukları için faydalı olduğunu düşünmekte. Bazıları ise çocuklarda sosyalleşme olgusunun kalmadığını iddia etmektedirler. Çocuklarının misafirlerle bile konuşmadıklarını, kendi sanal dünyalarında iletişim kurmayı tercih ettiklerini dile getirmektedirler. Kimileri ise çocuklarının büyüdüğü sosyal çevrenin, eski mahalle havasında olduğunu, bu yüzden samimiyet ve güven ortamı bulunduğunu söylemektedir.

V2: Sosyal çevre çok fazla etkiliyor bence çocuğu. Yani, tiyatroya giden insanların bulunduğu, kitap okuyan, kitap satın alan insanların bulunduğu bir çevre ile tiyatroya para harcanmayacağını, kitaba para verilmeyeceğini düşünen insanların bulunduğu çevre arasında dağlar kadar fark var. Ben kesinlikle çocuğuma olumlu katkıları olan bir çevrede yaşıyorum.

V3: Sosyal çevre çok etkili. Çevredeki insanların iyi yerlere geldiğini gören çocuk başarabileceğini fark ediyor. Çevresinde başarılı biri göremeyen çocuk da bunu fark edemiyor. İşi kolaylaştıran şey, sosyal çevre.

V4: Bizim oturduğumuz yer, üniversite lojmanı gibi bir yer. Çoğunluğu öğretim üyesi oturanların. Biz sosyalleşme ihtiyacımızı, bir araya gelip barbekü partisi vermekle mangal yapmakla sohbet etmekle gideriyoruz. O ise sosyalleşme ihtiyacını internette haberleşip oyun oynamakla gideriyor.

V5: Misafir geldiği zaman bile odasında oturmayı tercih ediyor. Misafirlere zoraki bir selam verip odasına çekiliyor. Onların ayrı bir dünyası var. Facebook dünyası. Sosyal ilişkilerini kesinlikle zayıflatıyor diyebilirim bu sanal dünya.

V6: Artık sosyal çevre diye bir şey kalmadı. Çocuğun sosyalleşmesi çok zor. Çocuk, bakkal gitmiyor; markete gitmiyor. Okul hayatına başladığı andan itibaren bilgisayarla tanışıyor. Anne-baba kendisini rahatsız etmemesini gidip bilgisayarında yun oynamasını söylüyor. Çocuklar soyutlanmış bir şekilde yaşıyorlar. Genç yetişkin olduğunda pat diye atılıyor denizin içine. Ne yapacağını bilmiyor.

V10: Benim çocuklarımın mahalle ortamında büyüdüler. Orda herkes birbirini tanır. Çocuklar kapının önünde rahatça oynarlardı. Ben de gönül rahatlığıyla kendi işlerimle ilgilenebilirdim. Çünkü başlarına bir şey gelirse komşuların yardım edeceklerine emindim. Olumsuz bir durumda müdahale edeceklerdir. Bu konuda rahatsızlık duymuyorum.

#### **4.5 Popüler Kültürün Çocuklar Üzerindeki Etkileri**

Bu bölümde, öğretmen ve öğrenci velilerinin, genel olarak popüler kültürün çocuklar üzerindeki etkilerinin neler olduğuna dair düşünceleri yer almaktadır. Öğretmenlerden farklı olarak öğrenci velilerinin, çocuklarındaki marka alışkanlığının ve de fast food yeme kültürünün derecesi hakkındaki düşünceleri de bulunmaktadır. Öğretmenler, popüler kültürün olumlu etkileri konusunda çok az görüş bildirmişlerdir. Düşüncelerine başvurulmuş öğretmenlerin yalnızca iki tanesi popüler kültürün olumlu etkilerine dair bir şeyler söylemiştir. Onların altını çizdikleri noktalar ise, çocuklarda televizyon dizileri ile tarihe karşı bir merak oluşturulduğu ve teknolojik aletlerin zorlanılmadan kullanılabilmesidir.

Ö8: Mesela Muhteşem Yüzyıl dizisi çocuklarda tarih merakı uyandırıyor. Çocuğun tarih konusundaki duyarsızlığı ortadan kalkmış oluyor. Çocuk, tarih öğrenimine merak salıyor.

Ö10: Teknolojiyi gerçekten çok iyi kullanıyorlar. Bu konuda hepsinin müthiş bilgisi var. Bazen bilgisayarında sorun çıkıyor; o sorunu çözmek için hevesle koşuyorlar. Sorunu çözemeyecek öğrenci yok. Teknolojiyi kullanmaları adına popüler kültür onlara faydalı oluyor. Yine dünyayı, insanı, toplumu tanıma gibi konularda fayda sağlıyor.

Öğretmenlerin geri kalanı ise popüler kültürün öğrencileri olumsuz etkilediği konusunda görüş bildirmişlerdir. Öğrenciler, güncel olaylardan çok magazine merak

duymaktadırlar. Ünlülerin taklitlerini yapmaya çalışmakta; onlara özenmektedirler. Popüler kültür, onların hayatlarının her alanına girmiş durumdadır. Öğrenciler, popüler kültürün, özellikle kendilerine cazip gelen olumsuz yönleriyle ilgilenmekte; onları merak etmektedirler. Bazı öğretmenler, bu konuda tedirgin olduklarını söylemekte; popüler kültürü bir tehdit olarak algılamaktadırlar.

Ö3: Sanatçıların hayatlarını takip ediyorlar. Haberlere kulak asmıyorlar. Medyanın onları olumlu etkilediğini düşünmüyorum.

Ö6: Popüler kültürün olumlu bir yanını göremedim henüz.

Ö7: Çocukların bütün toplumsal yaşamını, arkadaş ilişkilerini, arkadaşlarıyla olan diyaloglarını, düşünce tarzlarını etkiliyor. Kitler iletişim araçlarından öğrencileri genelde olumsuz şeyler. Çocuklar, tembelliğe alışıyor. Beyinleri çalışmıyor; işlem yapmıyor.

Ö8: 8. sınıf öğrencisi için medya, TV, bilgisayar, internet vb. olumlu yönde de etki edebilir ama çocuklar hep olumsuz taraflarına ilgi duyuyorlar. Olumsuz modelleri örnek alıyorlar. Bilinçli bir kullanım yok. Popüler kültür, yalnızca 8. sınıf gibi ergenliğe giriş aşamasındaki çocuklar için değil tüm toplum için tehdit oluşturuyor. Maalesef bundan en çok etkilenen kesim çocuklar. Popüler kültürün onlara şekil vermesinin, geleceğimizi kararttığını düşünüyorum.

Öğrenci velileri, popüler kültürün, çocuklara dünyadan haberdar olma olanağı verdiğini, her şey hakkında genel bir bilgilerinin oluştuğunu söylüyorlar. Bazı bilgisayar oyunlarının onların dikkatini ve motivasyonunu artırdığını iddia ediyorlar. Aynı zamanda yabancı dil öğrenme konusunda da faydalı taraflarının olduğunu altını çiziyorlar.

V8: Dünyadan olsun Türkiye'den olsun haberdar oluyorlar. Her şey hakkında bilgi sahibi oluyorlar.

V10: Bilgisayar oyunları ile İngilizcesini geliştirdiğini sanıyorum. Bunu kendi de söylüyor. Bir de uzun süre dikkatini toplamayı öğrendi. Dikkat eksikliği vardı onda. Ama şimdi bakıyorum bunu aştı. Dikkatini bir şeye odaklayabilme konusunda faydalı olmuştur.

Popüler kültürün çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerine gelince, öğrenci velileri öğretmenlere göre daha fazla düşünce belirtmişlerdir. Velilere göre bu etkiler çok ve çeşitlidir. Saç şekillerinden tutun da bilgisayar başında yemek yemeyi unutmaya ve zayıflamaya kadar bir çok etkisi vardır. Çocuklar, göz önünde olan insanlara müthiş bir ilgi duymaktadırlar. Onlar gibi giyinmeye, onlar gibi espri yapmaya çalışmaktadırlar. Yetişkinlere çok saçma gelen davranışlar sergilemektedir ki bunların çoğu velilere göre saygısızlık anlamına gelmektedir. Çocuklar, televizyon ve internetin başında kendilerine faydalı olmayan bir sürü şeyle meşgul olup zaman kaybetmektedirler. Zamanları boşa gitmektedir. Türkçe konusunda da büyük bir etki söz konusudur. Sosyal paylaşım sitelerinde ve sohbet ortamlarında kullandıkları yazı dili Türkçeden farklı bir dil gibidir. Ünsüz harfler kullanmamakta; kendilerine göre kısaltmalar oluşturmaktadırlar. Tüm bunların yanında çocukların bilgisayar başında fazlaca oturmaları; onların iskelet sistemini bozmakta, çocuklar radyasyona maruz kalmakta, gözleri bozulmakta, hatta yemek yemeyi unuttukları için zayıflamaktadırlar. Velilerden bazıları, uzun süre bilgisayar başında oturmaktan kaynaklanan karın, bağırsak düğümlenmesi yüzünden hayatını kaybedenlerin olduğunu dile getirmektedir. Çocuklarının sosyal olmadıklarını söylemektedirler. Aile ile birlikte olmayı tercih etmediklerini, bunu yerine odasında bilgisayar başında zaman geçirmeyi tercih ettiklerini söylemektedirler. Bazı veliler de çocuklarının kambur olduğunu ve de kilo almaya başladığını vurgulamaktadır.

V1: Saç şekilleri, pantolonları vb. ekranlarda gördükleri gibi. Ekranda gördüklerini yapmaya çalışıyorlar. Değişik değişik şarkılar dinliyorlar. Recep İvedik'in iğrenç esprilerini yapıyorlar. Her şeye o esprilerle yanıt veriyorlar. Hiç hoşuma gitmiyor. Bir kere radyasyon yayan aletler bunlar. Karşısında saatlerce vakit geçirmek fiziksel olarak da rahatsızlığa neden oluyor. Zamanları da boşa gidiyor.

V2: Çocuğun bütün zamanını alıyor. Gerçek hayatta değil de sanalda birbirleriyle iletişim kuruyorlar. Türkçemizi katlettiler. Yazılarında ünlü harfler kullanmıyorlar; kafalarına göre kısaltmalar yapıyorlar. Gözlerine çok zarar veriyor. Ben bir saat kullanıyorum gözlerim biber gibi yanıyor. Düşünün artık çocuk saatlerini geçiriyor onun başında.

V6: Öğrenmemesi gereken çoğu şeyi öğreniyor. Zamanı gelmeden öğreniyor. Mesela cinsellik ile ilgili şeyleri. En kötüsü, hareketsiz kalması. Gözlerinin bozulması da var.

Geçtiğimiz yaz, kızım tatildayken bilgisayar başında epey zaman geçirdiği için zayıfladı. Yemek yemeyi unutuyor çocuk.

V7: Uzun süre bilgisayar başında oturduğu için kasıkları, karınları ağrıyanlar hatta bağırsak düğümlenmesi yüzünden ölenler oldu.

V8: Bağımlılık yapıyor. Saatlerce bilgisayarın başında oturabiliyor. Zamanını orda öldürüyor bence. Mesela televizyonda ‘‘Survivor’’ diye bir program var. Oradaki insanların yaptıklarını taklit ediyor. Gecenin bir yarısında Taner gibi bağıırıyor. Nihat doğan gibi konuşuyor. Susması gerektiğini söylediğimizde bizi dinlemiyor.

V10: Olumlu etkilediğini zannetmiyorum. Mesela ‘‘Playstation 3’’ oynuyor. Ben onun yerine sosyal olmasını, dışarı çıkıp arkadaşlarıyla bisiklete binmesini, gezmesini, futbol oynamasını tercih ederim. Bu sene puanı düşük geldi ve ben bunu oynadığı bilgisayar oyunlarına bağlıyorum.

V11: İnternetin çok yararlı bir şey olduğunu zannetmiyorum çocuklarımız için. Başta çocuğu aileden koparıyor. Eskiden ailece oturup sohbet etme imkanı vardı. O kesinlikle yok oldu. Çocuğu evin içinde fazla göremiyorsun zaten. Benim oğlumda biraz kamburluk var. Gözlerinde şu anda bir problem yok ama bu gidişle olabilir.

Öğrenci velilerine öğretmenlerden farklı olarak çocuklarındaki marka bağımlılığı sorulmuştur. Alınan yanıtlar nerdeyse 8. sınıf öğrencilerin tamamında marka bağımlılığının olduğu yönündedir. Çocuklar, özellikle ayakkabılarının markalı olmasına dikkat etmektedirler. Bu, bazen ayak numaralarının büyük olmasından kaynaklanmaktadır. Kendilerine uygun ayakkabıları ancak markalı ürünler arasından bulabilmektedirler. Dikkati çeken bir nokta da bazı velilerin marka tutkusunu kendilerinin çocuklarına yansıtmış ya da öğretmiş olmalarıdır. Veliler, markanın güvence sağladığını ve sağlık konusunda şüpheyeye yer vermediğini, bu nedenle de kendilerinin marka tercih ettiklerini; çocuklarının da kendilerinden etkilendiğini dile getirmektedirler. Kimileri de, çocuklarını diğer insanları giyimlerine, giysilerinin markalarına göre değerlendirmemek gerektiğini öğütlediklerini söylemektedir. Özellikle eğitimli veliler, çocuklardaki marka alışkanlığının arkadaş çevresi ile yakından ilgili olduğunun altını çizmektedirler. Çocuklar, arkadaşları tarafından sürekli bir beğenilme kaygısı taşımaktalar. Bu nedenle de marka tercih etmeleri sosyal ortamlarında kendilerini iyi hissetmelerini sağlamaktadır.

V1: Bazı markaların güvenilirliği var gerçekten. Kullanışlı oluyor ve verdiğiniz paraya değiyor. Seçici olmak lazım.

V2: Çocuklarda marka bağımlılığı var. Kesinlikle katılıyorum ve bunun arkadaş çevresinden de kaynaklandığını düşünüyorum. Arkadaşı "Nike" giyorsa onun da gidip pazardan alınan ayakkabıyı giymesi, kendini kötü hissetmesine neden oluyor. Benim çocuğumda olmamasının nedeni aile. Eğitimden kaynaklanıyor. Ben her zaman çocuğuma, insanların üstlerindeki çula değil, karakterlerine bakacaksın diyorum. Eğer karakteri düzgün değil ise üstündeki ile insanları kandırdığını söylüyorum.

V3: Markayla onları ben tanıştırdım. Kaliteli ve sağlıklı diye onlara sundum. Pahalı şeyleri almayı seviyorum; nedenini bilmiyorum. Altında sağlık olduğunu düşünüyorum bu düşüncemin. Belki başka şeyler de var; kendime itiraf edemiyorum. Ben markacıyım. Çocuğuma da bunu sunuyorum.

V4: Ya "Adidas" alacaksınız ya da "Nike". Başka çareniz yok. Çünkü basketbol yıldızları onları giyiyorlar. Çocuğumda marka bağımlılığı çok üst düzeyde var. Kesinlikle marka giyer. Diğerlerine burun kıvrırır. Markanın size sağladığı bir güvenlik hakikaten vardır. Bundan kaçışın olmadığını düşünüyorum; ama bilinçli bir şekilde tüketmek gerekiyor. Bunu hayatımıza modellerle sokuyorlar. Bir futbolcu ile bir pop yıldızı ile bir film yıldızı ile sokuyorlar. Neyi tüketmemiz gerektiğini onlar söylüyorlar. Falancanın kullandığı bilgisayarı kullanın gibi.

V8: Hayır marka bağımlılığı yok. Sadece ayakkabılarını markalı alıyor. O da ayak numarası büyük olduğu için. Bir şeyden hoşlanması onu alması için yeterli. İlla marka olacak diye bir şey yok.

V9: Belki yaşının gereği ama pazardan falan giyinmek istemiyor. İlla markalı olacak aldıklarımız. "LCW" dan, "Rodi"den olması lazım.

V10: üzerine giydiği tişörtler falan hep markalı. Ayakkabılarını da markalı olsun istiyor. Pazardan bir tişört alıp giyeceğini hiç zannetmiyorum.

Çocuklarda fast food denilen hızlı ve aperitif yemek yeme alışkanlığı, velilerine sorulmuştur. Velilerin geneli, çocuklarının fast food sevdiğini söylemektedir. Eğer kontrol edilmez ise Burger King'den Mc Donalds'dan çıkmayacaklarını söyleyenler



olmuştur. Bazı veliler ise bu konuda toplumu yansıtmadıklarını, marjinal kaldıklarını söylemektedirler. Çocuklarının cips bile yemediklerini hatta arkadaşlarının ikramı bile olsa geri çevirebildiklerini söylemektedirler. Kimi öğrenci velileri ise, fast food yemenin günlük yaşamın kaçınılmaz bir gerekliliği olduğunu, dershaneye giden çocuklarının özellikle yemeğe fazla zaman ayıramadıklarını iddia etmektedirler. Velilere göre, televizyon ve de reklamlar her şey de olduğu gibi çocukların yemek alışkanlıklarında da etkili olmaktadır. Bunun yanında, karşısına güzel bir ev yemeği ile hamburger konulduğunda ev yemeğini tercih edecek çocuklar da vardır.

V1: Fast food yemeyi daha çok seviyor çocuklar. Bizimki sebze falan yemiyor. Meyve yiyor. Çok fazla fast food tüketiyor.

V2: Ev yemekleri yapan bir lokanta ile fast food yapan bir yer yan yana olsa kesinlikle fast food yapan yeri tercih eder; oraya girer.

V3: Ben bu konuda da geneli temsil etmiyorum. Ben çocuklarım sağlıklı olsun diye kendimi paralıyorum. Okula salata ve ev yemeği getiriyorum kaplarla. Çocuklarım fast food yiyeceklerden uzak duruyorlar. Arkadaşları ikram etse de cipse bile hayır diyebiliyorlar artık. Ama birinci sınıf öğrencisine kahvaltı niyetine sabah yesin diye cips alan veliler var maalesef.

V4: Bıraksanız Burger King'den Mc Donalds'tan çıkmaz. O çok cazip bir şey. Bebekliğinde hamburgeri yemeyip sırf oyuncağı için Mc Donalds'a gittiğimiz zamanları çok iyi hatırlıyorum. Herkes fast food sever. Hepimiz arada gidip yiyoruz. Bu sadece fast food ile sınırlı değil. Paket çok büyük aslında. Global sermayenin size buyurduğu bir şey.

V5: Mecburen çok fazla yiyorlar çocuklar. Benim çocuğum da öyle.

V8: Önüne güzel bir patlıcan yemeği koysam bir de hamburger; patlıcan yemeğini tercih eder. Yanına da bir kase yoğurt ister.

V9: Öyle aşırı bir tüketim yok. Ev yemeklerini de seviyor.

V10: Kesinlikle pizza, hamburger gibi şeylere yönelir. Küçük bir çevrede yaşadığımız için burada bulamıyor onları. Şehre gittiğimizde mutlaka pizza yemek, hamburger yemek istiyor. Çizgi filmlerin içinde bile pizza yiyen karakterler var. Televizyondan ve reklamlardan etkileniyor çocuklar.

V11: Önüne güzel bir ev yemeğini ve hamburgeri koyduğunuzda kesinlikle hamburgeri tercih eder. Çok seviyor.

#### **4.6 Popüler Kültür ve Eğitim Hayatı İlişkisi**

Bu bölümde, öğretmenlerin ve öğrenci velilerinin popüler kültürün çocukların eğitim hayatlarına etkileri hakkındaki görüşlerine yer verilmiştir. Görüşülen öğretmen ve velilerin popüler kültürün eğitime etkileri denildiğinde sadece bilgisayarın ve internetin etkilerini dile getirmeleri dikkati çekmiştir. Genellikle üzerinde durulan konu, çocukların bilgisayarda fazlaca vakit geçirmeleri, ödevlerini internete yazdıkları anahtar sözcüklerle bulup çıktı almaları olmuştur. Öğretmenler, internetin, bilgisayarın ve televizyonun, genellikle öğrencilerin eğitim hayatlarına olumsuz etki yaptığını dile getirmişlerdir. Onlara göre öğrenci, teknolojiyi kullanmasını bilmemekte; ailelerde de bu bilinç söz konusu olmadığı için öğrenciler, teknolojinin olumsuz yönleriyle ilgilenmektedirler. Çünkü ilgilerini çeken kısımlar, genelde teknolojinin olumsuz yönleridir. Aileler, çocuklarının televizyonda ne izlediğini, bilgisayarda ne oynadığını takip etmemektedirler. Başarılı öğrenciler, medyayı az takip eden öğrencilerdir. Bazı öğretmenler, öğrencilerde merak uyandırma konusunda bazı yayınların ve programların tetikleyici olduklarını, bunun da aslına bakıldığında olumlu olduğunu söylemektedirler. Onlara göre, çocuklara bir başlangıç gerekmektedir. Merak duygularını uyandıracak bir başlangıç, onların herhangi bir konuya olan ilgilerini artıracak bir şey olması gerekmektedir. Bu anlamda bazı televizyon dizileri olumlu etki yaratmaktadır. Öğrencilerin en fazla yaptıkları davranış ise aldıkları ödevi, internette karşısına çıkan ilk siteden kopyalayıp yapıştırmak suretiyle hazırlamaktır. Bu, onları tembelleştirmektedir. Ansiklopedi ya da kitap karıştırmak gibi alışkanlıkları kesinlikle yoktur. Zaten öğrenciler, teknolojiyi eğitimlerine fayda sağlayacak şekilde kullanmaktan çok vakit geçirmek, eğlenmek, sohbet etmek, iletişim kurmak gibi amaçlarla kullanmaktadırlar. Kimi öğretmene göre, çocuklar, sosyal paylaşım sitelerini Facebook gibi iletişim kanallarını kullanıp sosyalleşmemekte; aksine asosyalleşmektedirler. Öğrenci, ders esnasında bile arkadaşına mesaj çekmektedir. Arkadaki öğrenci öndeki öğrenci ile okul ortamında bile mesajla iletişim kurmayı tercih etmektedir. Bazı öğretmenler, sadece eğitim hayatında değil toplumsal hayatta da bir dibe vuruş yaşadıklarını iddia etmektedirler. Bazı öğretmenler de öğrencilerin,

teknolojiyi kullanırken beyinlerinin çok hızlı çalıştığını, görüntüler, resimler ve videolarla hızlı şekilde işleyen bir düşünme sistemi geliştirdiklerini bu nedenle sınıf ortamında rutin ve sakin bir şekilde işlenen derslerin öğrencilerin ilgisini artık çekmediğini dile getirmektedir. Çünkü ekranlarda gördükleri hareketi öğretmen sınıfta doğal olarak sağlayamamaktadır. Bu da çocuğu kitap okumak, ders yapmak ya da dinlemek gibi sakin davranışlardan uzaklaştırmaktadır. Hatta çocuk, bilgisayar oyunlarında gördüğü şiddeti okulda arkadaşlarına uygulamaktadır.

Ö1: Çoğu zaman olumsuz. Çünkü kullanmayı bilmiyorlar. Aileler de bu eğitimi veremiyor. Televizyonu açıp karşısında rahat rahat oturmak için çocuğunu bilgisayarın başına gönderiyor... Baktığınızda başarılı öğrencilerin medyayı az takip eden öğrenciler olduklarını görüyorsunuz.

Ö2: Çocukların meraklarını uyandırma noktasında popüler kültürün etkili olduğunu düşünmekteyim. Tarihle ya da coğrafyayla ya da yaşanmış bir olayla ilgili çocukların öğrenmesi için bir başlangıç lazım. Bu başlangıcı yakalama noktasında popüler kültür önemli. Ama popüler kültür bir çok şeye rahatça ulaşma olanağı sağladığı için tembelleştiriyor öğrencileri. İstenilen bilgiye kısa sürede ulaşma konusunda faydalı. Mesela internette sanal kütüphanelerin olması gerekiyor.

Ö3: Eskiden kafamıza takılan bir şeyi ansiklopediden öğrenirdik. Şimdi tek tuşa basıyor öğrenci. Mesela Kaşgarlı Mahmut'u araştırın dedim. Gidip internete arama motoruna bunu yazıyor. Karşısına çıkan siteden kopyalıyor; çıktı alıyor; bana getiriyor. Ödevimi yaptım diyor. Ama benim istediğim bu değil. Öğrenciler, interneti bilinçli kullansalar bence çok güzel. Fakat daha çok oyun oynamak için kullanıyorlar. Bilinçli öğrenciler eğitim hayatları için kullanabiliyorlar. Fayda da görüyorlar. Ama bunların oranı 30 kişilik bir sınıfta belki 4 kişi.

Ö4: Okul başarısı için tamamen olumsuz olduğunu söyleyebilirim. Zamanlarını boşa harcıyorlar. Sadece ödev konularında yardımcı oluyor. Onun dışında tembelleğe teşvik ediyor.

Ö5: Eğlenceli vakit geçirmek için kullanıyorlar.

Ö7: Çocuklar o kadar işin kolayına kaçıyorlar ki; kes, kopyala, yapıştır. Bir de çocukları sosyalleştiriyor. Arka sıradan ön sıraya mesaj atıyor öğrenci; o şekilde iletişimi tercih

ediyor. Ben her anlamda bir dibe vuruş olarak görüyorum bu durumları... Projeksiyon ve bilgisayarın ve benzer teknolojilerin sınıflarda kullanılması olumlu bence.

Ö10: Pargalı ne diyorlar bana. Ben de Yunanistan'da bir köy olduğunu, adamın adının oradan geldiğini söylüyorum. Dizinin gelecek bölümlerinde neler olacağını bana soruyorlar mesela. Bu şekilde öğreniyorlar. Kalıcı da oluyor öğrendikleri... Sürekli bilgisayarla iç içe olan çocuklar çok derin yerlere dalabiliyorlar. Kitap okumak, ders yapmak, ders dinlemek onlara keyif vermeyen sıkıcı işler olarak geliyor. Ama bilgisayarın başında çocuk, müthiş keyif alıyor. Kimsenin ona cevabını veremeyeceği sorulara oradan yanıtlar buluyor. Çok hareketli, ekran sürekli değişiyor. O hareket beyinde de yaşanıyor. Kitap okurken o hareketi bulamıyor çocuk. Ne bileyim, bir derste öğretmen o hareketi sağlayamıyor.

Ö11: Bir çocuğun önüne yeni bir teknolojiyi verdiğiniz zaman çocuk onun olumlu olumsuz yanlarını nasıl keşfedecek? Birisinin onu yönlendirmesi gerekiyor. Zevk veren, eğlence sağlayan tarafları genelde olumsuz yönleri oluyor. Çocuk, savaş oyunları, av ve hedef vurma oyunları açıyor. Oyunu kapattıktan sonra, benzer davranışlar sergiliyor. Arkadaşları üzerinde gördüklerini denemeye kalkıyor. Onlara tekme atmıyor. Onların kolunu büküyor. Çelme takıyor. Bu zamana kadar bilgisayarın başına geçip de zeka geliştiren bulmaca tarzında bir oyun açan çocuk görmedim.

Öğrenci velileri, popüler kültürün eğitim hayatlarına etkilerini anlatırken internetin ve bilgisayarın etkileri üzerinde durmaktadırlar. Genelde, çocuklarının interneti kullanmasını bilmediklerini ve sınır koyulmazsa onun başında çok fazla zaman harcadıklarını söylemektedirler. Velilerin yarıya yakını bilgisayarın faydalı olduğunu, çocuklarına eğitimleri konusunda yardımcı olduğunu düşünmektedir. Doğru kullanıldığı zaman bilgisayarın çok faydalı bir araç olduğunu dile getirmektedirler. Ancak velilerin çoğu, öğretmenler gibi düşünmekte ve de çocuklarının bilgisayarı daha çok oyun ve eğlence amaçlı kullandıklarından yakınmaktadırlar. Kimi veliler, çocukların asosyal, soluk benizli ve de kilolu hale geldiklerini iddia etmekte. Arkadaşlarından gelen bir mesajın çocuğun tüm dikkatini dağıttığını ve onu hemen bilgisayarın başına geçirdiğini söyleyen veliler vardır. Bazı veliler, öğretmenlerin ödev konusunda yanlış

davrandıklarını, konuyu bilgisayardan bulup getirmenin işe yarayan bir yöntem olmadığını iddia etmekte, bu konuda öğretmenleri suçlamaktadırlar.

V1: Kullanmasını bilmiyor çocuklar. Oyun olursa sabaha kadar oyun oynuyorlar.

V2: Sınırlamazsanız çok etkiliyor. Limiti olduğunu söylemezsem sürekli onun başında. Kalkıp ders yapayım diye bir düşünce yok asla. Ben hiçbir öğretmenin ansiklopediden araştırın getirin dediğini görmedim. Maalesef üzücü bir şey bu.

V3: Zamanı iyi kullanamıyor; çünkü saatlerini onun başında geçiriyor. İkincisi, asosyalleşiyor. İletişimden ve çevresinden kopuyor. Sokağa çıkıp oynamıyor. Üçüncüsü, soluk benizli ve şişko çocuklar ortaya çıkıyor. Hareketsizlikten oluyor bu. Benim kızımı görseniz fıstık gibidir. Çünkü sokakta oynuyor. Düzenli besleniyor ve spor yapıyor.

V6: Olumsuz etkilemedi. Ben bir olumsuzluğa rastlamadım.

V7: Çocuğa öğretmeni ödev veriyor. Çocuk internetten bakıyor; basıp çıktı alıyor. Öğretmenine götürüyor. Öğretmen notunu veriyor. Sonra hepsi çöpe gidiyor. Bir şey öğrenmiyor çocuk.

V8: Bence okul başarısını etkilemiyor. Kullanabilen için kötü değil iyi bir alışkanlık bilgisayar.

V9: Eğitim hayatını çok fazla etkilemedi. Derslerini araştırıyor. Derslerini yapmadan kesinlikle oyuna yönelmeyen bir çocuk. Önce derslerini yapıyor sonra bilgisayarda oyun oynuyor veya yazışıyor.

V10: Ders çalışırken bir an önce şunu bitirsem de oyun oynasam diye düşünüyor. O anlamda olumsuz etkiledi. Ama internette online sınavlar var; testler var. Arama motoru ile araştırma yapıyor.

V11: Ders çalışırken akşam bir mesaj geliyor. Bütün ders olayı bitiyor. Arkadaşı internete gel yazışalım diyor. O anlamda kötü. Ama derslerini araştırmasına da yardımcı oluyor bilgisayar.

#### **4.7 Popüler Kültüre Yönelik Diğer Görüşler**

Öğrenci velileri, popüler kültür konusunda görüşme sorularının haricinde de görüş bildirmişlerdir. Velilerden bir tanesi, düşüncelerini ifade etme gereği duymuş ve çocukları suçlamanın yanlış olduğu üzerinde durmuştur.

V2: ...bunlar hep zincir. En baştan devletten başlıyor çocuğa kadar ulaşıyor, ulaşan bir zincir işte. O zincirdeki kopukluklar çocuğa kadar ulaşıyor ve sonucunda da çocuklar suçlu oluyor. Mesela bu sokaktaki suçlu çocukların hiç birini ben suçlu görmüyorum. O devlet, öğretmen ve anne baba bence.

Aynı veli, öğrencilerin popüler kültürün etkisiyle yabancılaşmalarını da eleştirmektedir.

V2: Bir gün okul müdürü konuşma yaparken bizim öğretmenlerimizden bir tanesiyle biz yan yanayız. Baktı ki öğrenci konuşuyor ama böyle dalga geçer gibi, lakayt bir şekilde, öğrenciler zaten konuşur müdürü dinlemez ama onda bir lakaytlık. Öğretmen de dedi ki ama bak müdürün konuşuyor dedi ondan sonra aynen şöyle yaptı. Benim dedi cebimdeki telefonun parası kadar maaş alan adamı ben niye dinleyeyim ki dedi. Bu kadar basit işte.

Bir öğrenci velisi de gayet duyarlı olduğunu, popüler kültürün olumsuz etkilerinden ve yarattığı atmosferden çocuğunu koruyabildiğini dile getirmiştir.

V3: Etkilenmemesi için çok uğraşıyorum önce. Çünkü televizyon seyretmek, internet ya da cep telefonu yok benim çocuğumun. Hatta bu konuda çok isyan ediyor. Ama faydalarını yeni fark etmeye başladı. Beceri açısından da geride kaldı. Mesela herkes kadar rahat bilgisayar kullanamıyor ve ya da klavyesi çok hızlı değil ama işini görebilecek kadar da biliyor o kadar da uzak tutmuyoruz o yüzden çok etkilediğini söyleyemem, ama bol bol film seyrettiriyorum. Açlığını öyle kapatıyorum, beraber bol vakit geçiriyorum ve bu konuda da çok sağlıklı geliştiklerini hissediyorum; hem fiziksel hem de iletişim açısından. İşte küfredmeden konuşuyorlar, işte beğenilmek için kendilerini parçalamıyorlar, daha güvenli geliyorlar. Çok etkilenmiyorlar çünkü çevreden. O anlamda mutluyum ama zorlanmıyor muyum tabii ki zorlanıyorum. Çünkü ben birinci sınıf çocuğu bir gün bir baktım cidden teneffüste cips var, oğlum sabah sabah annesi kahvaltı niyetine ona vermiş onu, düşünebiliyor musunuz yani? Ya şey düşün Amerika'nın bir sürü mesajını filmlerde çok rahat verdiğini düşün ve sizin hala size ait olmayan bir sürü kültürle yayın yaptığınız, şimdi bu ne kadar gerçek, abuk bir

şey. Demek ki adam gibi yayın yapabilirler.

Öğrenci velilerinden biri ise, bu çağın değerlerimizi yozlaştırdığını ve çocuklarımızı yük altında bıraktığımızı dile getirmektedir. Eğitim sisteminin güvenilirliğini yitirdiğini iddia etmektedir.

V6: Çok kötüye gittiğini düşünüyorum gençliğin ve çocuklarımızın. Bu konuda kaygılıyım. Ve fazla bir beklentimiz yok, çocukların işi çok zor. Yani doğru dürüst bir çevre yok, sosyallik yok, sadece ders kitapları var; onlar da ne derece yararlı? Sekizinci sınıflar üç yıl üst üste girdi; artık buramıza kadar getirdi. Ve bir de geçerlilik olsa, sistem sürekli değişmese... Bu işte kopyaydı, şifreydi tüm bunlar olmasa. Yani ne bileyim etkilenmiştir yani. Güvenilirlik kalmadığını düşünüyorum. Yani bu ortamda şimdi çocuk, şifreyi şunu bunu duyan çocuk ilköğretimde de olsa etkilendi. İşimizin toplum olarak zor olduğunu düşünüyorum.

## BÖLÜM V

### SONUÇLAR, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

#### 5.1 Sonuçlar ve Tartışma

Çalışmada elde edilen veriler ışığında ulaşılan sonuçlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

Görüşülen öğretmenlerin büyük bölümünün; ‘popüler kültür’ün kapsamı hakkında görüş bildirdikleri, ‘popüler kültür’ hakkında doğru tanımlamalar yaptıkları ortaya çıkmıştır. Öğrenci velilerinin ise sadece bir bölümünün doğruya yakın tanımlamalar yaptığı görülmüştür. Bu sonucun ortaya çıkmasında; öğretmenlerin eğitim seviyelerinin velilere göre daha yüksek olması etkilidir. Dolayısıyla öğretmenlerin velilere göre daha eğitilmiş olması bu sonucun doğal nedenidir. Bu bağlamda dikkati çeken önemli bir nokta da, öğretmenlerin popüler kültüre karşı tutumlarının genellikle olumsuz olduğunun belirlenmesidir. Öğretmenler, bu konuda birbirlerini destekler görüşler bildirmişlerdir ve bu görüşlerin neredeyse tamamı söz konusu olguyu zararlı olarak algıladıklarını göstermektedir. Öğretmenlerin, popüler kültür ürünlerinin, öğrencilere sunduklarının ya da onlarda yarattığı etkilerin negatif olmasından rahatsız oldukları sonucu ortaya çıkmıştır. Onlara göre popüler kültür; öğrencileri dersten, genel ahlak kurallarından, olumlu sosyal yaşantılardan uzak bir yere sürüklemektedir. Yine öğretmenlere göre bu kültür, yabancı kökenlidir ve yabancı bir kültürün ülkemiz değerleriyle örtüşmesi söz konusu değildir.

Yapılan görüşmeler sonucunda, öğrencilerde teknoloji kullanımının çok yoğun olduğu ortaya çıkmıştır. Özellikle TV, bilgisayar, internet, dijital oyunlar ve cep telefonları çocukların ve gençlerin hayatlarında büyük yer kaplamaktadırlar. Arslan ve diğerlerinin (2006), Canbek ve Sarıoğlu'nun (2007), Tahiroğlu ve diğerlerinin (2010), çalışmaları incelendiğinde benzer sonuçlar elde edildiği görülebilir. Öğrenciler, okul dışındaki zamanlarının büyük bir bölümünde bilgisayar başında oturmaktadırlar. İnternet üzerinden iletişim kurmaktadırlar. İş öyle bir hal almıştır ki; iki arkadaş, okul çıkışında yüz yüze görüşmek ve birlikte vakit geçirmek yerine, evlere dağılıp sosyal medya



üzerinden iletişim kurmayı tercih eder hale gelmişlerdir. İnternet; genel olarak, boş zamanları doldurmak, eğlenmek, vakit geçirmek, oyalanmak gibi aktiviteler için kullanılmaktadır. Bütün, Eda'nın (2010) yaptığı araştırmada da öğrencilerin interneti; oyun oynamak, video ve film izlemek, müzik dinlemek, sohbet etmek amaçlarıyla kullandıklarını ortaya koymuştur. Bu bağlamda ortaya çıkan sonuçlar söz konusu araştırmayla da örtüşmektedir. Bunların yanı sıra, bilgisayar başında uzun süre oturan çocukların çeşitli fiziksel ve biyolojik sorunlar yaşadıkları dile getirilmiştir. Çocuklar, aşırı derecede radyasyona maruz kalmalarının yanında görme bozuklukları yaşamakta, aşırı kilo almakta ya da yemek yemeyi unuttukları için aşırı şekilde zayıflamakta, iskelet sistemi zarar gördüğü için kamburlaşmaktadırlar.

Öğrenciler, sosyal medyaya da aşırı ilgi göstermektedirler. Günlük konuşmalarında, arkadaş arası sohbetlerinde kullandıkları sözcükler ya da terimler, internet dilinden ya da bilgisayar oyunları ile ilgili sözcüklerden ve sosyal medyadaki paylaşımlardan ibarettir. Arkadaş sohbetlerinin konusu, nadiren sosyal bir aktivite ya da her hangi bir hobi alanı olmaktadır. Elbette ki bu durum, çocukların içinde buldukları gelişim süreciyle de ilgilidir. Ön ergenlik diye adlandırdığımız gelişim evresindeki çocuklar, arkadaşlarının değerlerini, düşüncelerini, yaşayışlarını aşırı derecede önemsemektedirler. Akran grupları, kendini ifade ettikleri kliklerdir. Dolayısıyla akranlarının ilgilendiği şeyler, çocuğun da bire bir taklit ettiği, sahiplendiği ve de kullandığı şeyler haline gelmektedir. Örneğin, popüler bir televizyon dizisi, akran grubundan lider bir öğrencinin olumlu ifadeleri ile o gruba önerilmekte, dizi ile ilgili muhabbetler, şakalar, replikler ve taklitler bir süre sonra grubun iletişim şekli haline gelmektedir. Söz konusu diziyi takip etmeyen grup üyesi, sohbetlere ortak olamamakta ve kendini kötü hissetmektedir. Çocuk, bu sorunu aşmak için diziyi izlemeye başlamakta ve de grubunda kendi pozisyonunu korumaya çalışmaktadır.

Öğretmenler ve velilerin ortaklaştıkları bir diğer konu da internet ve bilgisayarın, genellikle şiddet, pornografi, oyun içerikli yayınları ve programları takip etmek amacıyla kullanılmakta olduğudur. Söz konusu teknolojilerin, derslerle ilgili araştırmalar yapmak için ve genel kültür edinmek gibi amaçlar için nadiren kullanıldığı ortaya çıkmıştır. İnternet üzerinden yapılan araştırma, arama motorlarına konu başlığını

yazıp arama butonuna basmaktan sonra da ekrandaki ilk siteden yazıyı indirmekten ya da çıktı olarak almaktan ibarettir. Öğrencilerin çok azının, ayrıntılı ve nitelikli bir araştırma yapmak için teknolojiyi kullandığı tespit edilmiştir. İnternet, oyunla özellikle de şiddet içeren savaş ve strateji oyunlarıyla eşdeğer görülmektedir. Tahiroğlu, Çelik ve diğerlerinin (2008), araştırma sonuçları da bunları destekler niteliktedir.

Çocuklar, gelişim süreçlerinin doğal bir sonucu olan kimlik kazanma çabası içindedirler. Bu gelişim evresinde popüler olan her şey onların ilgisini çekmektedir. Bu, bir futbolcu olabilir; bir film yıldızı olabilir ve yahut da okula yeni gelmiş bir öğretmen olabilir. Popüler olanı takip etmek, onunla ilgilenmek söz konusu gelişim evresinde kaçınılmaz olarak görülmektedir. Öğretmenlerin, bunun salgın derecesinde algıladıkları ortaya çıkmıştır.

Elde edilen sonuçlardan biri de öğrencilerin, sosyal paylaşım siteleri ya da sosyal medya ile sürekli bir iletişim olanağına kavuşmuş olmaları; fakat bu durumun bir takım olumsuz sonuçlar doğurduğudur. Öğrenciler, bu şekilde kurdukları iletişim sırasında bazen yemek yemeyi dahi unutabilmektedirler. Dikkat dağınıklığı, obezite, göz kusurları gibi olumsuzluklar sıkça karşılaşılabilecek hale gelmiştir. Öztora (2005) 'in çalışmasında özellikle obezite üzerinde durulmuş ve durumun ciddiyetine dikkat çekilmiştir. Söz konusu araştırma, bu çalışmada elde edilen sonuçlarla paralellik göstermektedir. Eğitimli ve de sosyo-kültürel açıdan belli bir seviyenin üstünde olan aileler, çocukların karşı karşıya kaldıkları bu olumsuzlukları kısmen engelleyebilmektedirler. Lakin eğitimsiz aileler, bu konuda kendilerini çaresiz hissetmektedirler. Duruma nasıl müdahale edeceklerini bilememekte; geleneksel yöntemlerle sorunu çözmeye çalışmaktadırlar. Örneğin; bazı ailelerin sırf dışarı çıkmaması ve göz önünde olması için çocuklarını sınırsız olarak bilgisayar başında oturtması gibi sonuçlarla karşılaşmıştır.

Araştırmamız sonucunda, öğrencilerin büyük bir kısmının çok fazla televizyon izledikleri ve televizyondan ruhsal ve fiziksel olarak etkilendikleri ortaya çıkmıştır. Aral ve Aktaş (1997), Öztürk (1999), Oğuz (2006), Akçalı (2009), İrkin'in (2012) çalışmaları da benzer sonuçları ortaya çıkarmıştır. Çocukların ve gençlerin dünyaları, izledikleri ve

deneyimledikleri şeylerle şekillenmektedir. Televizyonda gördükleri ile öğrencinin hayata bakışı arasında bir ilişki vardır. Aydoğan'ın (2004) da dediği gibi insan; dünyayı, yaşamı, hatta kendisini bile bu araçların hazırladığı içerik yoluyla anlamlandırmaktadır (s.14). Daha önce yapılan araştırmalar da göstermiştir ki, öğrenciler televizyondan büyük oranda etkilenmektedir. Bütün, Eda'nın (2010) yaptığı çalışmada ortaya çıkan sonuçlar da çocukların televizyondan ruhsal ve fiziksel olarak etkilendiklerini doğrulamakta ve bu çalışma da, araştırmamızla paralellik göstermektedir.

Elde edilen verilere bakıldığında; aile ve akraba çevresinin çocuklar üzerinde olumlu ya da olumsuz etkili olduğu görülmüştür. Özellikle ailelerin sosyal, kültürel ve ekonomik durumları ile eğitim seviyeleri çocukta birebir karşılık bulmaktadır. Bu açılarından alt grup diyebileceğimiz ailelerin, çocuklarıyla yakından ilgilenemedikleri, onların eğitim ortamları ve sosyal yaşamlarıyla alakadar olmadıkları ortaya çıkmıştır. Bu aileler, çocuklarının tercihlerinde olumsuz bir şekilde etkili olmaktadır. Bilinçli ve doğru tercihler yapma konusunda çocuklarına olumlu katkılar sunamamaktadırlar. Özellikle teknoloji ile olan ilişkilerinde, çocuklarına sınırlama getiren ailelerin bilinçli ve eğitilmiş aileler olduğu ortaya çıkmıştır.

Verilerimiz doğrultusunda, akran gruplarının ya da arkadaş çevresinin, çocuklar üzerindeki etkilerinin çok fazla olduğu ortaya çıkmıştır. Öyle ki; çocuklar, arkadaşlarının değerlerine ve düşüncelerine aşırı şekilde önem vermektedirler. Arkadaş çevresi, çocuğun tercihlerini doğrudan etkilemektedir. Akran grubunda popüler olan herhangi bir şey çocuğun gözünde de popüler olmaktadır. Grup, popüler eğilimlerde birbirini teşvik etmektedir.

Araştırmamız bağlamında çocuk üzerinde sosyal çevrenin etkili olduğu, bu etkinin toplumsal tabakalar ve ekonomik yapı ile de doğrudan ilişkili olduğu ortaya çıkmıştır. Farklı toplumsal tabakalara mensup çocuklar okul ortamında gruplaşmalar yaratmaktadırlar. Varoşlardan gelen öğrencilerin daha üst sınıftan gelen öğrencilerin tercihlerine ilgi duydukları rahatlıkla söylenebilir. Üst tabakalara mensup öğrencilerin okul ortamında çok fazla problem yaratmadığı düşünülmektedir. Çocukların, sosyal çevre ile eskisi gibi bağının kalmadığı; genelde odalarında kalmayı ve sanal ortamda

vakit geçirmeyi tercih ettikleri de ortaya çıkan sonuçlar arasındadır. Aile ve öğretmenlerin sosyal çevreyi önemli olarak gördükleri ve çocuğun tercihlerinde ve kişiliğinin şekillenmesinde mutlaka etkisinin olduğunu düşünmeleri de, bu araştırmanın ortaya koyduğu sonuçlardan birisidir.

Araştırmamız sonucunda popüler kültürün, öğretmenlerin çok azında olumlu çağrışımları olduğu ortaya çıkmıştır. Öğrenci velilerinde de durum benzer şekildedir. Popüler kültürün olumlu sonuçları; teknolojinin rahatça kullanılabilmesine olanak vermesi, çocuklarda bazı dersler için merak oluşturabilmesi, günlük yaşam hakkında genel bilgi sağlaması, yabancı dil öğrenme konusunda etkili olmasıdır.

Araştırmada popüler kültürün olumsuz sonuçlarına dair çok fazla veri elde edilmiştir. Bu konuda gerek öğretmenler gerekse öğrenci velileri karamsar bir tablo çizmişlerdir. Popüler kültür, çocuklar üzerinde aşırı derecede etkilidir. Bu etkinin çapı da oldukça geniştir. Çocuklar, göz önünde olan insanlara, şarkıcılara, film yıldızlarına, futbolculara vb. karşı normalin üstünde bir hayranlık duymaktadırlar. Onların tercihleri ve yaşam tarzlarıyla yakından ilgilenmektedirler. Ayrıca, yetişkinlere karşı hareketlerinde, espri anlayışlarında, giyim tarzlarında ilgi duydukları karakterleri taklit etmekte onlara öykünmektedirler. Velilerin çoğuna göre bu etki, istenilen şekilde değildir. Velilerin genelinin, çocukların popüler kültür ürünleriyle olan ilişkilerini zaman kaybı olarak gördükleri ortaya çıkmıştır. Üstelik bu boşa geçen zamanda kullandıkları dil de yozlaşmış bir dildir. Düzgün bir Türkçe değildir.

Araştırmamız sonucunda öğrencilerin çoğunda marka bağımlılığı ve bir kısmında da marka bağlılığı olduğu ortaya çıkmıştır. Çocuklar, özellikle ayakkabı konusunda markayı çok önemsemektedirler. Bu alışkanlığı kimi zaman veliler tetiklemektedir. Marka ve markalı ürünler, sağlıklı ve garantili olmasının yanında prestij sağladıkları için de tercih edilmektedir. Bunun sonucunda çocuklar sosyal ve sınıf ortamlarında kendilerini iyi hissetmektedirler. Çünkü söz konusu yaş itibarıyla dış görünüş son derece önemlidir. Buna içinde yaşadığımız dönemde görselliğin ön planda olması da eklenince marka bağlılığının arttığı ve bağımlılığa dönüştüğü görülmektedir.

Velilerle yapılan görüşmeler, çocukların fast food kültürüne sıcak baktıkları yönündedir. Ancak bazı velilerin bu konuda aşırı şekilde dikkatli davrandıkları ve ev yemekleri tercih etme konusunda çocuklarını başarılı bir şekilde yönlendirdikleri ortaya çıkmıştır. Yine söz konusu duruma baktığımızda, nitelikli ve de eğitilmiş ailelerin bu konuda da çocuklarına yol gösterebildikleri ve onların tercihlerini etkileyebildikleri ortaya çıkmıştır. Alt sınıfa mensup velilerin çocuklarına sağlıklı beslenme konusunda örnek ve de yardımcı olamadıkları ortadadır. Bu veliler, çocuklarının fast food sevdiklerini söylerken aslında yemek tercihleri konusunda kendilerinin bir etkisi olmadığını ya da olamayacağını dile getirmişlerdir. Oysa bazı veliler, sosyal çevrenin ve medyanın güçlü etkilerine rağmen çocuklarını ev yemeği yeme, salata ve meyve tercih etme konularında istedikleri noktaya getirmeyi başardıklarını dile getirmişlerdir.

Araştırmada elde ettiğimiz sonuçlara genel olarak bakıldığında; öğretmen ve öğrenci velilerinin, çocuklara etkileri konusunda popüler kültüre çok da sıcak bakmadıkları söylenebilir. Genel olarak, bu kültürün büyük bir bombardıman halinde ve çok farklı argümanlarla çocuklara ulaştığı, popüler kültürün etkilerinden uzak kalmanın çok da mümkün olamayacağı kanısı hakimdir.

## **5.2 Öneriler**

Bu çalışma ortaya çıkan sonuçlar doğrultusunda takınılması gereken tutumlar ve yapılması gereken davranışlar şu şekilde sıralanabilir:

1. Çocukların değişen ilgi alanları ve düşünceleri ile ilgili ayrıntılı çalışmalar yapılmalıdır. "Çocukluk" kavramı yeniden ele alınmalıdır. Özellikle internetin hayatımıza girdiği yıllarla başlayan süreçte çocukluklarını yaşayan öğrencilerin farklı bir kuşağı temsil ettikleri bilinmeli; bu kuşak hakkında bölgesel ve küresel çapta araştırmalar ortaya konmalıdır.

2. Çocukların, oyun açlıklarını gidermek amacıyla interneti ve bilgisayarı tercih etmeleri, bu araçların çocukların yaşamlarında çok fazla yer kaplamaları ciddi sorunlar oluşturduğu ve de oluşturacağı için, bu konuda okul ortamında ve ailede çeşitli önlemler alınmalıdır. Bilgisayarlara mutlaka filtre sistemleri ve çocuk koruma programları

yüklenmelidir. Oyun açlığı; sokak, bahçe, park gibi alanlarda ve arkadaşlarıyla birlikte oynanılan oyunlarla giderilmeli ve bu yönde tutum geliştirilmelidir. 'Bilgisayar oyunu bağımlılığı' ve 'internet bağımlılığı' gibi süreç içerisinde oluşan sorunlar ya da hastalıklar daha ayrıntılı araştırılmalı ve araştırma sonuçlarına göre gerekli tedbirler alınmalıdır. Bilgisayar oyunlarının ve internet kullanımının mutlaka denetimi yapılmalıdır. TV izleme, bilgisayar ve internet kullanımı ve bilgisayar oyunları oynama süresi günde 2 saati geçmemelidir.

3. İnternet kullanımı, bilgisayar okuryazarlığı ve medya okuryazarlığı gibi konularda toplumu bilinçlendirmek amaçlı etkinlikler programlanmalıdır. Medya okuryazarlığının veliler tarafından tam olarak anlaşılmadığı; derse velilerin dahil edilmediği bazı araştırma sonuçlarıyla ortaya konmuştur (Bütün, 2010). Dolayısıyla, bu konuda gerekli çalışmalar mutlaka yapılmalı, söz konusu dersin daha nitelikli ve gündelik hayata dokunacak şekilde iyileştirilmesi sağlanmalıdır. Medya okuryazarlığı dersinin seçmeli olması ve genelde idarecilere verilmesi, bu dersin verimini düşürmektedir. Bu ders zorunlu hale getirilmeli ve bu konuda yetkin öğretmenlerce verilmelidir.

4. Çocukların açık alan oyunları, sportif faaliyetler, sanatsal ve kültürel etkinlikler gibi gelişimlerini destekleyici alanlara yönlendirilmesi gerekmektedir. Örneğin ilköğretim okullarında haftanın yalnızca bir günü sadece oyun günü olabilir. Bu şekilde çocuklar, hem okula karşı olumlu duygular geliştirecekler hem de enerjilerini rahatlıkla boşaltabileceklerdir. Bu 'oyun günü' eğitim-öğretimi aksatmayacak aksine olumlu kazanımlar elde edilmesine çok büyük katkı sağlayacaktır. Böylelikle enerjisini boşaltan çocuklar, internet ve bilgisayara çok fazla zaman ayırmayacaklar, çok fazla televizyon izlemeyeceklerdir.

5. Eğitim-öğretim ortamı eğlenceli olmalı, oyunlarla zenginleştirilmeli, çocukların merak duygularını kamçılayan etkinliklere yer verilmeli, çocukların kişisel ve sosyal gelişimleri destekleyecek şekilde sanatsal ve kültürel faaliyetlerle bezenmeli, spor okulun bir parçası haline getirilmeli, öğrencinin mutlu olması, eğitim ortamına ve eğitimciye olumlu bakması sağlanmalıdır. Çocukların ve gençlerin popüler kültüre bu denli sıcak bakmalarının nedeni, kendilerini ifade etme çabası ve kimlik arayışıdır. Eğer

çocuklar ve gençler sanatsal ve sportif aktivitelerle yeteri kadar ilgilenirlerse, bu alanlarda kendilerini ifade edebilecekler; dolayısıyla olumsuz tavırlar takınmayacak, olumsuz davranışlarla kendilerini ispat etmeye çalışmayacaklardır.

6. Öğrencilerin popüler kültür ürünlerine bu kadar olumlu bakmaları ve bu kültürün bu kadar etkisinde kalmaları, yaşamlarındaki boşluktan ve yaşam bağlamında onlara gereken alt yapıyı sunamamamızdan kaynaklanmaktadır. Özellikle velilerin, çocuk psikolojisi ve gelişimi konularında bilgi sahibi olmaları, çocuklarının yaşamlarını daha anlamlı kılmaları konusunda onlara gereken sosyal, psikolojik ve akademik desteği vermeleri gerekmektedir. Çocuklara mutlaka yeterli zaman ayrılmalıdır. İş hayatı ve diğer sorumluluklar, çocuklarla birlikte geçirilen süreyi azaltmaktadır. Dolayısıyla çocuklar sanal bakıcılara emanet edilmektedir. Burada yapılması gereken şey zamanı iyi planlamak ve çocuklara yeteri kadar zaman ayırmaktır.

7. Çocuklara 'marka' konusunda uygun örnekler sunulmalıdır. Giyim konusunda nelere dikkat edilmesi gerektiği, bilinçli tüketicinin davranışlarının nasıl olduğu anlatılmalıdır. Çocuğun giyim tercihlerine saygı gösterilmeli, olumsuz görülen noktalar yasaklanmak yerine mantıklı açıklamalarla ortadan kaldırılmaya çalışılmalıdır. Çocuğa mutlaka tercih hakkı sunulmalı; marka bağımlılığı ile marka bağlılığının farklı şeyler olduğu anlatılmalıdır.

8. Fast food alışkanlığı olabildiğince azaltılmalı; bunu yerine daha sağlıklı olan ev yemekleri, sebze ve meyve yeme alışkanlığı, dengeli ve düzenli beslenme davranışları kazandırılmalıdır. Ev yemeklerinin temizliği vurgulanmalı, dışarıdan alınan gıdaların hangi koşullarda üretildiğinin bilinmediği dolayısıyla dışarıdan beslenmenin sağlıklı olmadığı açıklanmalıdır. Bu konuda da yine en doğru davranış anne-baba olarak örnek olmaktır. Hangi yiyeceklerin hangi zararları olduğu video, film, fotoğraf vb. araçlarla gösterilebilir. Küçük çapta deneyler ev ortamında rahatlıkla yapılabilir. Asitli içeceklerin içine diş, kemik parçası gibi şeyler atıp gözlemlemek, hazır gıdaların her gün fotoğrafını çekip bozulmadığını ortaya koymak ve doğal olmadığını ispatlamak gibi etkinlikler çocuklara ilgi çekici gelecek ve kazanımlar konusunda hedefe ulaşılmasına yardımcı olacaktır. Ayrıca yemeğin bir kültür olduğu bilinmeli, yemek kültürünün

çocuklara ve gençlere aktarılması gerektiğinin farkında olunmalıdır. Çocukların ev işlerine yardımcı olmasına izin verilmesinin yanı sıra mutfakta da zaman geçirmesi sağlanmalıdır. Böylece, çocuk ailenin bir bireyi olarak sorumluluk sahibi olacak, aile içinde güven ve ait olma duygularını yaşayacak, öğrendiği aile kültürünün yanı sıra mutfak ve yemek kültürüne de sahip çıkacaktır. Bu şekilde yetiştirilen çocuğun ileride daha sağlıklı bir aile kurabilme ihtimali daha yüksek olacaktır.

9. Yaşanılan bölgedeki rekreasyonel faaliyetler iyi araştırılmalı ve bilinmelidir. İş yaşamı dışında çocuklarla vakit geçirilmeli ve mümkün olduğunca onlarla özel olarak ilgilenilmelidir. Özellikle çalışan anne babaların zaman yönetimi konusunda hassas olmaları gerekmektedir. Ailece, günlük ve ya haftalık yürüyüşler, geziler, piknikler yapılmalı; çocuk elektronik cihazlara emanet edilmemelidir.

10. Çocuklara özel oldukları hissettirilmelidir. Kendisini tanıması, yetenekleri ve sınırları konusunda fikir sahibi olması sağlanmalıdır. Hangi alanlara ilgisi olduğu ya da hangi yetilere sahip olduğu belirlenmeye çalışılmalıdır. Her çocuğun iyi olduğu bir ve ya bir kaç alanın olduğu bilinmeli ve çocuklar sevdikleri, ilgi duydukları alanlara yönlendirilmelidir. Bunun için küçük yaşlardan itibaren farklı alanlarla ilgilenmesi ve kendini keşfetmesi için onlara zaman, fırsat ve şans verilmelidir.



## KAYNAKÇA

Adak, Nurşen. 2004 "Bir sosyalizasyon Aracı Olarak Televizyon ve Şiddet". **Bilig Dergisi**, 30, ss. 27-38. Akay, İhsan. 2000. **Kültür Anıları**. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Kültür Eserleri.

Akbulut, Nesrin, 2009. TV Reklamlarında Erkek İmgesi. N. Tan Akbulut ve Can Bilgili(Ed.). **Kitle İletişimi ve Toplumsalın Üretimi** (Birinci Baskı) içinde (s. 107-119). İstanbul: Beta Yayınları.

Akça, Raziye Pekşen. ve Vesile, Şenol. 2012. "Müzik, Reklam ve Kitle İletişimin Ergen Üzerindeki Etkisi". **Akademik Bakış Dergisi**. 28.

Akçalı, Seda İçin. 2009. "Tüketim Toplumunda Çocuğun Yitişi", **Çocuk ve Medya**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Akpınar, Yavuz. 1999. **Bilgisayar Destekli Öğretim ve Uygulamalar**. Ankara: Anı Yayıncılık.

Aksaçlıoğlu, Ayşegül ve Bülent, Yılmaz. 2007. "Öğrencilerin televizyon izlemeleri ve bilgisayar kullanmalarının okuma alışkanlıkları üzerine etkisi". **Türk Kütüphaneciliği Dergisi**, 21(1), 3-28.

Aktaş, Celalettin. (2007.) **Yeni Medyanın Geleneksel Medya ile Karşılaştırılması. Medya Üzerine Çalışmalar**. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Aksoy, Temel.1997. Tüketici Sadakati Satın Alınmaz Kazanılır. Marketing Türkiye

Akyol, Nevin 1996. "Okul Öncesi ve İlkokul Çocuklarında Obezite Prevalansının Belirlenmesi: Obezlerde Psikolojik Bozuklukların Tespiti, Serum Lipid ve Askorbik Asit Düzeyleri ile Kan Basıncı Arasındaki İlişkinin Araştırılması". Hacettepe

Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Nutrisyon ve Metabolizma Programı Doktora Tezi, Ankara.

Alemdar, Korkmaz ve İrfan Erdoğan. 1994. **Popüler Kültür ve İletişim**. Ankara: Ümit Yayınları.

Andiç, Yusuf. 2008. Türkiye Online Oyun Pazar Araştırması Çalışması.

Ankaralığıl, Side Yıldırım 2009. ‘‘İLKÖĞRETİM 6. VE 7. SINIF ÖĞRENCİLERİNDE MEDYA OKURYAZARLIĞI VE ELEŞTİREL DÜŞÜNME ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA’’ Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi: İstanbul Üniversitesi.

Aral, Neriman ve Yaşare Aktaş. 1997. "Çocukların Televizyon ve Diğer Etkinliklere Harcadıkları Sürenin İncelenmesi". **H.Ü. Eğitim Fakültesi Dergisi**, 13, ss. 99-105.

Arık, M. Bilal. 2006. ‘‘Bir Demet Tiyatro Bağlamında Popüler Kültürde Sistemîçi Direniş Olanakları’’. **Edebiyat Dergisi**. 15, 121-130.

Arslan, Filiz. v.d. 2006. "Okul Çağı Çocuklarının Televizyon İzleme Alışkanlıklarının İncelenmesi". **Koruyucu Hekimlik Bülteni**. 5,6, ss. 391-401.

Asla Dilek ve Sema Attila. 2002. Önemli Bir Sağlık Sorunu: Şişmanlık. **Sted**. 11, 5.

Avcı, Müjdat. 2010. Çocuk Suçluluğunda Medyanın Rolü. **Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi**. 12/1 129.

Ayaşlı, Zeynep. 2006. ‘‘Televizyonun Popüler Kültürü Oluşturma Ve Yayma Etkisi’’. Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi: Maltepe Üniversitesi.

Aydoğmuş, Hülya. 2006. ‘‘Popüler Kültürün Lise Gençliğine Etkileri’’. Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi: Anadolu Üniversitesi.

Ayrancı, Ünal. v.d. 2004. "Televizyonda Çocukların En Çok Seyrettikleri Saatlerde Gösterilen Filmlerdeki Şiddet Düzeyi". **Anadolu Psikiyatri Dergisi**. 5, ss. 133-140.

Bahar, Hüseyin Hüsnü. 2007. "Eğitim Fakültesi Öğrencilerinin Çeşitli Televizyon Programlarını İzleme Süresinin Cinsiyet ve Sınıf Seviyesine Göre Değerlendirilmesi". (Erzincan Eğitim Fakültesi Örneği). **Erzincan Eğitim Fakültesi Dergisi**. 9, 1, s. 37-49.

Balcı, F., Gergin, N. 2008. **Medya ve Çocuk: Medyadaki Şiddetin Çocuklara Etkisi**. Medya ve Çocuk Rehberi. Konya: Eğitim Kitabevi Yayınları.

Baltacı, Gül. 2008. **Obezite ve Egzersiz**. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları.

Batmaz, Veysel. 1981. **Popüler Kültür Üzerine Değişik Kuramsal Yaklaşımlar**. Ankara: A.İ.T.İ.A. Yayın Organı.

Baykul, Celalettin. 1996. **VM, UNIX ve Windows Uygulamalarıyla İnternet**. İstanbul: Beta Yayınları.

Bayzan, Şahin. 2009. Türkiye'de ve Dünya'da İnternet Yasakları ve Sansür Kavramı ile Zararlı İçeriklere Karşı Yaptırım ve Uygulamalara Genel Bir Bakış. Akademik Bilişim Konferansı Şubat. Harran Üniversitesi. Şanlıurfa.

Bektaş, Arsev. 1996. **Kamuoyu, İletişim ve Demokrasi**. İstanbul: Bağlam Yayıncılık.

Beyaz, Banu F. Koç, Ali A. 2009. Obezitenin Ekonomisi: Güncel Durum, Mücadele Politikaları ve Ekonomik Analizler. Uluslararası Anadolu İktisat Kongresi. 17-79 Haziran. Eskişehir.

Binark, Mutlu ve Bayraktutan Günseli, Sütçü. 2007. Ankara Mikro Ölçeğinde İnternet Kafeler Kullanım Biçimleri XII. Türkiye'de İnternet Konferansı 8-10 Kasım 2007. Ankara.

Bulut, Damla ve Emin Altay. 2012. "İlköğretim İkinci Kademe Öğrencilerinin Müzik Profilleri: Yozgat İli Örneği". **Kastamonu Eğitim Dergisi**. 20, 1. ss. 237-254.

Bütün, Eda. 2010. Medya Okuryazarlığına İlişkin Öğretmen, Öğrenci ve Veli Görüşleri. Yüksek Lisans Tezi. Samsun: Ondokuz Mayıs Üniversitesi.

Büyüköztürk, Şener. 2008. **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Brown, Ari. 2011. "Media Use By Children Under Than 2 Years". **Pediatrics**. 128, 5.

Canbek, Gürol ve Sağıroğlu, Şeref. 2007. Çocukların ve Gençlerin Bilgisayar ve İnternet Güvenliği. **Politeknik Dergisi**. 10, 1, ss. 33-39. Ankara.

Cemalcılar, İlhan. 1984. **Pazarlama**, A.Ö.F. Yayınları: Eskişehir.

Cesur, Sevim ve Oya, Paker. 2007 "Televizyon ve Çocuk: Çocukların TV Programlarına ilişkin Tercihleri" **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**. 6, 19.

Çağan, Kenan. 2003. **Popüler Kültür Ve Sanat**. Ankara: Altınküre Yayınları.

Çakır, Ahmet. 2001. **O Bir İmparator**. Altın Kitaplar. İstanbul.

Chin – Chung Thsai and Sunny S. J. Lin. 1999. An Analysis of Attitudes toward Computer Networks and Internet Adddiction. 10th American Psychological Assosiation. Boston.

Chien Chou and Jung Chou and Nay-Ching Nancy Tyan 1998. An exploratory study of internet addiction, usage and communication pleasure. Association for Educational Communications and Technology.

Doğan, Adem ve Goker, Goksel. 2012. Tematik Televizyon ve Çocuklar: İlköğretim Öğrencilerinin Televizyon İzleme Alışkanlıkları. **Milli Eğitim Dergisi**. Bahar, 194.

Doğusoy, Berrin. 2006. Çok Kullanıcı Bilgisayar Oyunları ile Öğrenme. VII. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi. Ankara.

Duran, Mustafa (2005.) "Marka Değeri ve Bileşenleri"  
<http://www.pazarlamadunyasi.com/Default.aspx?tabid=203&ItemId=61> 10 Mart 2013.

Düzgün, Meliha. 2004. "Popüler Kültür ve Ürünlerin Oluşumunda Medyanın Rolü". Bilim ve Aklın Aydınlığında Eğitim Dergisi Özel Sayı. 57, 149-152.

Egger, O. 1996. Internet Behaviour and Addiction. Work & Organisational Psychology Unit (IfAP) , Swiss Federal Institute of Technology (ETH) Zurich.

Ekiz, Durmuş. 2003. **Eğitimde Araştırma Yöntem ve Metodlarına Giriş**. Ankara: Anı Yayıncılık.

Erdoğan, İrfan. 2004. "Popüler Kültürün Ne Olduğu Üzerine". **Eğitim, Özel Sayısı**. Ankara: Milli Eğitim Bakanlığı Yayınları. 5, 57.

Eriş, Nükhet ve Şehabettin Kutlu. 2007. Marka Bağlılığı Yaratmada Müşteri İlişkileri Yönetimi. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı. Ankara.

Ertürk, Yıldız Dilek ve Ayşe Gül, Akkor. 2006. **Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin**. Ankara: Nobel Yayınevi.

Evra, Judith Van. 2009. **Television and Child Development**. New York. Routledge.

Gans, J. Herbert. 2007. **Popüler Kültür ve Yüksek Kültür**. Çev. Emine Onaran İncirlioğlu. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Gosselt, J. F., Jong, M. D. T. ve Hoof, J. J. V. 2012. Effects of Media Ratings on Children and Adolescents: A Litmus Test of the Forbidden Fruit Effect. **Journal of Communication**, 62, 1084–1101.

Göher, Feyzan. 2008. “Şarkı Sözlerindeki ‘Şiddet’li Sorunlar”. 3. Ulusal Sanat Eğitimi Sempozyumu. Gazi Üniversitesi. Ankara.

Gönenç, Aslı Yapar. 2004. İletişim Teknolojilerinin Medya Üzerindeki Etkileri. Uluslararası İletişim Sempozyumu. İstanbul.

Griffiths, Mark. 2001. Internet Gambling: Preliminary Results of The First **U.K. Prevalence Study**. Sayı:5. Center For Addiction and Mental Health.

Güllüoğlu, Özlem. 2011. “Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Televizyonun Popüler Kültür Ürünlerini Benimsetme ve Yayma İşlevi Üzerine Bir Değerlendirme”

Günindi, Aysel Ersöz. 2002. “Popüler Kültür Ürünlerinden Müzik Videolarının Gençler Üzerindeki Olumsuz Etkileri”. Aile ve Toplum: **Eğitim-Kültür ve Araştırma Dergisi**, 2,5: 55-62.

Gürel, S. İnan G. 2001. Çocukluk Çağı Obezitesi Tanı Yöntemleri, Prevalansı ve Etiyolojisi. **ADÜ Tıp Fakültesi Dergisi**. 2, 3, ss. 39-46.

Güvenç, Bozkurt. 2002. **Kültürün Abc'si**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Greenfield, David N. 1999. Virtual Addiction: Sometimes New Technology Can Create New Problems.

Ho, S-H. Putthiwant, C. ve Lin, C-Y. 2011. May I Continue or Should I Stop? The Effects of Regulatory Focus and Message Framings on Video Game Players’ Self-control. **International Journal of Business and Social Science**, 2 (12), 194-200.

Işık, Umur. 2007. "Medya Bağımlılığı Teorisi Doğrultusunda İnternet Kullanımının Etkileri ve İnternet Bağımlılığı". Yüksek Lisans Tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi.

İnal Yavuz ve Kiraz Ercan. 2008. Bilgisayar Oyunları İdeoloji İçerir mi? Eğitsel ve Ticari Oyunlara Bakış. **Türk Eğitim Bilimleri Dergisi**. 6 (3), 523-544.

İrkin, Ayça Çamlıbel. 2012. "Çocukların Gelişim Süreci ve Televizyonun Etkileri". Ankara: RTÜK.

İspir, N. Bilge ve İspir, Burçin. 2008. "Televizyon Programı İçeriği Dereceleme Sembollerinin Kullanımı ve Ebeveyn Yönlendirmesi". **S.Ü. İletişim Fakültesi Akademik Dergisi**, 5, 3. ss. 176-183.

Jols ve Tessa. Elizabeth Thoman. 2008. **21. Yüzyıl Medya Okuryazarlığı**. Çev. Editörleri: Cevat Elma, Alper Kesten. Ankara: Ekinoks Yayınevi.

Kaptan, Saim. 1998. **Bilimsel Araştırma İstatistik ve Teknikleri**. Ankara: Tekişik Yayınevi.

Kara, Hakan. 2002. **İnternet, Gazetecilik ve Yeni Olanaklar, İnternet Çağında Gazetecilik**, Der. Serhan Yediğ ve Haşim Akman. İstanbul: Siyahbeyaz Metis Yayınları.

Karaca, Yusuf. vd. 2007. "Ebeveynlerin Televizyon Reklam İçeriklerinin Çocuklar Üzerindeki Etkilerini Etik Açıdan Algılamalarına Yönelik Bir Araştırma". **A.K.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi**. 9, 2. ss. 233-250.

Karasar, Niyazi. 2005. **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Kartal, O. Y. ve Kıncal, R. Y. 2009. Medya okuryazarlığı eğitimi. **Milli Eğitim Dergisi**. 181, 318-333

Katz, L. G. 1989. "Televizyon ve Çocuk". **Yaşadıkça Eğitim Dergisi**, 6, ss. 42-44.

Kaya, Kamil ve Meryem Tuna. 2010. Popüler Kültürün İlköğretim Çağındaki Çocukların Aile İçi İlişkileri Üzerindeki Etkisi. **SDÜ Sosyal Bilimler Dergisi**. Mayıs, 21, ss. 237-256.

Kayın, Rıfat. 2011. "Marka Bağlılığı mı Marka Bağımlılığı mı?". <http://www.makalemarketi.com/is-dunyasi/tasarim-ve-markalasma/2575-marka-bagimlilik.html#ixzz2Ne4zrCxH> 15 Mart 2013.

Kılıçgil, Ertan. 1998. **Sosyal Çevre Spor İlişkisi**. Bağırhan Yayınları. Ankara.

Koçer, Dilara. 2009. 11 Eylül ve Amerikan Popüler Kültürüne Yansıması: Bilgisayar Oyunları Örneği. **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**. 10,2, ss. 43-55.

Konukman, Emrah Alparslan. 2006. "Medya Ve Kültür: Son Dönem Televizyon Dizilerinin Yaşam Tarzı Üzerindeki İmgeleri". Yayımlanmamış Yüksek lisans Tezi: Gazi Üniversitesi.

Korkmaz, Sezer. 2005. Fast Food (Hızlı Yemek) Pazarında Rekabetçi Stratejilerin Etkinliği Üniversite Gençliğinin Tercihlerinin Analizi. **Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi**. 2.

Kozanoğlu, Can. 2004. "Futbol Üzerine Söyleşi". **Eğitim Özel Sayısı**. Yıl 5, sayı 57. MEB Yay. Ankara.

Küçükali, Rıdvan. 2006. Çocuklarda Beslenme Bozuklukları ve Beslenmenin Okul Çağı Çocuklarının Üzerindeki Etkileri. **KKEFD/JOKKEF**. 14.



Lin, Sunny S. J. 2001. Classifying Internet Pathological Users: Their Usage, Internet Sensation Seeking and Perceptions, 10th **American Psychological Association**. San Francisco.

Livingstone, S. 2003. "College Students Gaming Survey", Pew internet & American Life Project, Washington D.C.

Nalçaoğlu, H. 2003. **Medya ve Toplum**. İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Oktay, Ahmet. 1994. **Türkiye’de Popüler Kültür**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Okur, Batuhan. Şu 'Çocuk Pornosu' Hadisesi. <http://www.hurriyet.com.tr/e-yasam/5403357.asp?gid=54>, 10 Kasım 2006.

Oskay, Ünsal. 1982. **Çağdaş Fantazya, Popüler Kültür Açısından Bilim-Kurgu ve Korku Sineması**. Ankara: Ayko Yayınları.

Öğüt, Adem. 2001. **Bilgi Çağında Yönetim**. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Öktem, Ferhunde v.d.2006. Çocukların ve Gençlerin Televizyon Programlarındaki Zararlı İçerikten Korunması, Akıllı İşaretler Sınıflandırma Sistemi. Ankara. RTÜK.

Özbudun, Sibel. 2003. **Kültür Halleri, Geçmişte, Ötelerde, Günümüzde**. Ankara: Ütopya Yayınları.

Özçağlayan, Mehmet. 1998. **Yeni İletişim Teknolojileri ve Değişim**. İstanbul: Alfa Basım Yayım Dağıtım.

Özer, Ömer. 2007. **Medya, Şiddet, Toplum**. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

Özgan, Habib, Nazife, Karadağ. 2009. “Popüler Kültürün Yönetim Uygulamalarına Etkisi Bağlamında Yönetici Görüşleri”. **Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi**. 8, 28, 187–199.

Özkalp, Enver. 2005. **Sosyolojiye Giriş**. Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.

Özkan, Hasan Hüseyin. 2006."Popüler Kültür Ve Eğitim". **Kastamonu Eğitim Dergisi**. Mart, 14, 1, 29-38.

Öztora, Serdar. 2005. İlköğretim Çağındaki Çocuklarda Obezite Prevalansının Belirlenmesi ve Risk Faktörlerinin Araştırılması. Uzmanlık Tezi. İstanbul.

Öztürk, H. Emin. 1999. "Çocuğun sosyalleşmesinde Televizyonun Etkisi". Yüksek Lisans Tezi. Sakarya: Sakarya Üniversitesi.

Pala, Kayıhan v.d. 2003. Gemlik Bölgesi'nde 6-12 Yaş Çocuklarda Aşırı Kiloluluk ve Şişmanlık Prevalansı. **Sted**. 12,12.

Postman, Neil. 1995. **Çocukluğun Yok Oluşu**. Çev.: Kemal İnal. Ankara: İmge Kitabevi.

Rowe, David. 1996. **Popular Cultures Rock Music, Sport and Politics of Pleasure**. Çev. Mehmet, Küçük. İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

RTÜK. 2004. Medyada Şiddete Duyarlılık Paneli (İstanbul). Ankara: Başbakanlık Basımevi.

RTÜK. 2006. İlköğretim Çağındaki Çocukların Televizyon İzleme Alışkanlıkları. Ankara: RTÜK Yayınları.

Saban, Ahmet. 2006. "Lisansüstü Öğrencilerin Nitel Araştırma Metodolojisine İlişkin Algıları". 15. Ulusal Eğitim Bilimleri Kongresi. Muğla Üniversitesi. 469-485.

Sarıhan, Halime. 1998. **Rekabette Başarımın Yolu: Teknoloji Yönetimi**. İstanbul: Desnet Yayınları.

Sungur, Suat. 2007. "Marksist Düşünce Sisteminde Kitle Kültürü ve Televizyonda Yayınlanan Çizgi Filmlerin İdeolojik İşlevlerine Bir Bakış". **İ.Ü. İletişim Fakültesi Dergisi**. 30, ss. 125-140.

Storey, John. 2000. **Popüler Kültür Çalışmaları**. Çev. Koray Kardeşahin. İstanbul: Babil Yayınları.

Strasburger, Victor C. and Barbara J. Wilson. 2002. Children, Adolescents and The Media. California. Sage Publications.

Şahin, M. Cem. 2005. "Türkiye'de Gençliğin Toplumsal Kimliği Ve Popüler Tüketim Kültürü". **Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi**. 25, 2, 157-181.

Şahin, N. 1990. Televizyon ve Öğrenme. Türkiye'de Çocuğun Durumu 1990'ların Çocuk Politikası Kongresi, UNICEF.

Şahin, Özgegül. 2007. "Marka Sadakatini Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi ve Tüketiciler Üzerinde Bir Uygulama". Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. Adana.

Şentürk, Ünal. 2007. Popüler Bir Kültür Örneği Olarak Futbol. **C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi**. Cilt 31. no:1 . 25-41.

Şentürk, Ünal. 2012. "Tüketim Toplumu Bağlamında Boş Zamanların Kurumsallaştırdığı Bir Mekan: Alışveriş Merkezi (AVM)". Pamukkale **Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. 13, ss. 63-77.

Tam, Abbas Ali ve Bekir, Çakır. 2002. Birinci Basamakta Obeziteye Yaklaşım. **Medical Journal**. 12,1, ss. 37-41. Ankara.

Tambini, Michael. 2000. **21. Yüzyıl**. Çev. Zeynep Gürsoy. , İstanbul: TÜBİTAK Popüler Bilim Kitapları.

Tahiroğlu, Ayşegöl Yolga. v.d. 2010. "Medyanın Çocuk ve Gençler Üzerindeki Olumsuz Etkileri: Şiddet Eğitimi ve İnternet Bağımlılığı" **New Symposium Journal**. Ocak,1, 48.

Tarhan, Nevzat. 2012. "Marka Takıntısı Bir Hastalık Mı?". <http://www.e-psikiyatri.com/marka-takintis-bir-hastalik-mi-32226> 16 Mart 2013.

Taşal, Burcu ve Feyzan, Vural. 2011. "Şarkı Sözlerindeki Şiddet Ögesi: Aksaray İli İlköğretim İkinci Kademe Öğrencileriyle Yapılan Bir Çalışma". **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. 25.

Taylan, Hasan Hüseyin. 2011. Televizyon Programlarındaki Şiddetin Yetiştirme Etkisi. **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. 26.

Temur S. ve Yalçın K. 2001. **Bilgisayar Teknolojisi ve Kullanımı**, Konya: Çizgi Kitabevi.

Terkan, Nurullah. 2011. **Çocuk ve Medya: Popüler Çocuk Dergilerinde Egemen Söylemlerin Kuruluşu**. Ankara: Erek Ofset.

Türkiye Genç İş Adamları Derneği (TÜGİAD). 1995. 2000'li Yıllara Doğru Türkiye'nin Önde Gelen Sorunlarına Yaklaşımlar: Medya. İstanbul: Simge Ofis Matbaacılık.

Türkiye Ve Ortadoğu Forumu Vakfı. 2006. **Kavram Sözlüğü**. Ankara: Maki Basın Yayın.

Türkiye Ve Ortadoğu Forumu Vakfı. 2006. **Kavram Sözlüğü II**. Ankara: Maki Basın Yayın.

Ulaş, Halim, vd. 2012. Bir Şiddet Potansiyeli Olarak Medya. Türkiye'deki Ulusal Sempozyumlar. <http://www.iikv.org/academy/index.php/ulusalsemp/article/view/819> 05.04.2013.

Uygur, Nermi. 1996. **Kültür Kavramı**. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

Uysal, Meral. 2006. "Medya ve Şiddet". Toplumsal Bir Sorun Olarak Şiddet Sempozyumu, Mayıs, Ankara. ss. 121-128.

Uztuğ, Ferruh. 2003. **Markan Kadar Konuş**. İstanbul: Mediacat Yayınları.

Ültanır, Gürcan.2003."Eğitim ve Kültür İlişkisi-Eğitimde Kültürün Hangi Boyutlarının Genç Kuşaklara Aktarılacağı Kaygısı". **Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi**. 23, 3, 291-309.

Wang, L., Luo, J., Bai, Y., Kong, J., Luo, J., Gao, W. ve Sun, X. 2013. Internet Addiction of Adolescents in China: Prevalence, predictors, and association with well-being. *Addiction Research and Theory*, 21(1), 62–69.

Winpate P. 2000. **İnternet**, Çev. Selam İkiz. Ankara: Tübitak Yayınları.

Yapıcı, Şenay. 2006. Bir Eğitim Aracı Olarak Televizyon ve Etkileri. **Bilim, Eğitim ve Düşünce Dergisi**. 6, 2.

Yavuzer, Haluk. 1993. **Çocuk Psikolojisi**. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Yıldırım, Ali ve Hasan, Şimşek. 2006. **Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri**. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Yıldız, Dilek, Ertürk, Ayşen ve Akkor, Gül. 2006. **Çocuğunuzu Televizyona Teslim Etmeyin**. Ankara. Nobel Yayıncılık.

Yücecan, Sevinç. 2008. Optimal Beslenme. Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Fakültesi Beslenme ve Diyetetik Bölümü. Ankara: Sağlık Bakanlığı Yayınları.

556 Sayılı Markaların Korunması Hakkında Kanun Hükümünde Kararname (1995). T.C. Resmi Gazete, 22326, 27.06.1995. 18 Şubat 2013.

<http://www.turkpatent.gov.tr/dosyalar/mevzuat/MarkaKhk.pdf>

<http://www.youtube.com>.

<http://www.mcdonalds.com.tr>.

<http://www.coca-colacompany.com>

# EKLER

## ÖĞRETMEN GÖRÜŞME FORMU

- 1- Genel olarak popüler kültür denince aklınıza neler geliyor?
- 2- Popüler kültür kitle iletişim araçları dediğimiz TV, internet, gazete vb. araçlarla bize ulaşıyor. Çocuğunuzu bu araçlar nasıl etkiliyor? Örnek vererek açıkla mısınız?
- Peki, olumsuz etkileri neler olabilir sizce?
- 3- Çocuğunuzun izlediği filmler ve ya takip ettiği şarkıcılar onun günlük hayatında ne gibi davranışlara neden oluyor? Televizyondan etkilendiği sözleri tekrarlıyor ya da ünlülerin taklidini yapıyor mu mesela ?
- 4- Çocuğunuzun popüler kültür araçları ile olan ilişkileri eğitim hayatlarını nasıl etkiliyor sizce?
- 5- Televizyon izleme alışkanlığı okul başarısını ne yönde etkiliyor olabilir ?
- 6- Günümüzün en popüler ve etkili aracı bilgisayar ve de internet, çocuğunuza nasıl yardımcı oluyor?
- 7- Bilgisayar ve internetin olumsuz etkileri neler olabilir?
- 8- Sizce sosyal çevre çocuğun popüler kültürle olan ilişkisini nasıl etkiliyor?
- 9- Mesela arkadaş çevresi sizce çocuk üzerinde ne kadar etkili oluyor?
- 10- Aile ve akraba çevresi çocuğun tercihlerini nasıl etkiliyor
- 11- Bütün bu konuştuklarımızdan sonra eklemek istediğiniz ya da araştırmamız bağlamında altını çizmek istediğiniz bir şey var mı?



## VELİ GÖRÜŞME FORMU

- 1- Genel olarak popüler kültür denince aklınıza neler geliyor?
- 2- Popüler kültür kitle iletişim araçları dediğimiz TV, internet, gazete vb. araçlarla bize ulaşıyor. Çocuğunuzu bu araçlar nasıl etkiliyor? Örnek vererek açıklayınız?
- Peki, olumsuz etkileri neler olabilir sizce?
- 3- Çocuğunuzun izlediği filmler ve ya takip ettiği şarkıcılar onun günlük hayatında ne gibi davranışlara neden oluyor? Televizyondan etkilendiği sözleri tekrarlıyor ya da ünlülerin taklidini yapıyor mu mesela ?
- 4- Çocuğunuzun popüler kültür araçları ile olan ilişkileri eğitim hayatlarını nasıl etkiliyor sizce?
- 5- Televizyon izleme alışkanlığı okul başarısını ne yönde etkiliyor olabilir ?
- 6- Günümüzün en popüler ve etkili aracı bilgisayar ve de internet, çocuğunuza nasıl yardımcı oluyor?
- 7- Bilgisayar ve internetin olumsuz etkileri neler olabilir?
- 8- Sizce sosyal çevre çocuğun popüler kültürle olan ilişkisini nasıl etkiliyor?
- 9- Mesela arkadaş çevresi sizce çocuk üzerinde ne kadar etkili oluyor?
- 10- Aile ve akraba çevresi çocuğun tercihlerini nasıl etkiliyor?
- 11- Çocuğunuzun "marka" konusundaki yaklaşımı nasıl?
- 12- Çocuğunuz fast-food türü yiyeceklere nasıl bakıyor?
- 13- Bütün bu konuştuklarımızdan sonra eklemek istediğiniz ya da araştırmamız bağlamında altını çizmek istediğiniz bir şey var mı?