

Araştırma Makalesi - Gönderim Tarihi: 01.03.2019 - Kabul Tarihi: 25.05.2019

## Çocuk Televizyon Kanallarının Yeni Medyada Genişleyen Kullanım Alanı ve Değişen Televizyon Seyri: TRT Çocuk, Baby TV ve Disney Junior Örnekleri

Gamze YILMAZ GÜNTAY<sup>1</sup>

### Öz

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, yaşam biçimlerimizde belirleyici bir rol oynamaktadır. Dijital teknolojilerin bir sonucu olarak multimedya içerikleri barındıran yeni medya seçeneklerinin toplumsal hayattaki ve bireysel tercihler üzerindeki izleri, bugün gelinen noktada geleneksel medya anlayışında da köklü değişiklikler yaşanmasına zemin hazırlamıştır. Daha görsel kültür odaklı bir medya anlayışının geliştiğini ve televizyonla başlayan bu sürecin yeni medya ile ivme kazandığını söyleyebiliriz. Etkileşimsellik, hipermetinsellik, her yerden ulaşılabilirlik ve kullanıcı türevli içerik üretimi gibi özellikleri nedeniyle, hayatlarımızda vazgeçilmez bir yer edinen yeni medya ve kullanım pratikleri, hızla akan bilgiye yetişmek isteyen kullanıcılar için de tercih edilir hale gelmiştir. Teknolojik gelişmelerle paralel olarak değişen iletişim ve bilgi edinme biçimlerimizin sonucu olarak televizyon izlenme süreçleri de bu bağlamda genişlemiş ve değişime uğramıştır. Özellikle genç nesil ve çocuk kullanıcılar tarafından farklı bir medya tüketim süreci geliştirilmiştir. Bu bağlamda, televizyon kanallarındaki yayınların yeni medyada genişleyen kullanım alanları düşünülerek çalışmamızda, farklı yaş gruplarındaki çocuklara yönelik yayın yapan televizyonlar olan TRT Çocuk, Baby TV ve Disney Junior kanallarının web sayfaları pek çok açıdan incelenerek özellikle okul öncesi dönemde çocukların zihinsel, ruhsal, sosyal ve bilişsel gelişimlerine etkisi bağlamında olumlu ve olumsuz yanları bir arada ortaya konulmaya çalışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Televizyon, Yeni Medya, TRT Çocuk, Baby TV, Disney Junior

Atrf: Güntay, Gamze Yılmaz (2019) Çocuk TV Kanallarının İnternet Üzerinde Genişleyen Kullanım Alanı ve Değişen Televizyon Seyri: TRT Çocuk, Baby Tv ve Disney Junior Örnekleri Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (AKİL) Haziran (31) s. 276-304

<sup>1</sup> Doktora Öğrencisi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Radyo Televizyon ve Sinema Doktora Programı. gamzeguntay@gmail.com  
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1763-5208>

## Expanding Use of Children's Television Channels on the New Media and Changing Television Watching: TRT Çocuk, Baby TV and Disney Junior Examples

### Abstract

Developments in information and communication technologies play a decisive role in our lifestyles. As a consequence of digital technologies, the traces of new media options that have multimedia content on social life and individual preferences have paved the way for radical changes in traditional media understanding. We can say that a more visual culture oriented media mentality has developed and this process that started with television has gained momentum with the new media. Because of its features such as interactivity, hypertextuality, accessibility from everywhere and user-derived content production, new media and usage practices, which have become indispensable in our lives, have become preferable for users who want to keep up with fast-flowing information. As a result of our changing communication and information acquisition methods in parallel with technological developments, monitoring processes of television have also been expanded and changed in this context. A different media consumption process has been developed especially by young generation and children users. In this context, considering the expanding usage of television channels in the new media, the TVs of TRT Çocuk, Baby TV and Disney Junior channels, which are broadcasting for children in different age groups, have been examined in many aspects and their effects on children's mental, spiritual, social and cognitive development especially in preschool period, in the context of positive and negative aspects are tried to put together.

**Key Words:** Television, New Media, TRT Çocuk, Baby TV, Disney Junior

### Giriş

Uzun zamandır kitle iletişim araçları hayatımızın vazgeçilmez bir parçasıdır. Zaman içinde gelişen teknolojilerle değişip dönüşse de bu araçlar yaşamımızdaki merkezi yerini korumaktadır. Özellikle pek çok olumsuz etkisi nedeniyle her dönemde eleştirilen televizyon, bütün bu olumsuz söyleme rağmen insanlar için vazgeçilmezliğini sürdürmektedir. Ancak değişen teknolojilerle televizyon izleme alışkanlıklarında belirgin bazı değişiklikler gözlenmektedir. Yeni nesil kullanıcılar için televizyon yayınları daha çok internet üzerinden takip edilir hale gelmektedir. Artık geri dönülmez bir şekilde hayatımızın içine işleyen dijital teknolojilerin bilgi akışını hızlandırması, bu hızlı akışa yetişmeye ve modern zamanı yakalamaya çalışan kullanıcıların beklentilerini de değiştirmektedir. Bu bağlamda yeni medya hareket alanını her geçen gün biraz daha genişletirken günümüzde televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçları da bilgisayarlarımızdan, akıllı telefonlarımızdan erişebileceğimiz sayısal verilere çevrilmiş durumdadır. McLuhan'a göre, yaşadığımız süreç, yani elektronik teknolojisi, toplumsal hayatımızdaki karşılıklı bağıntılı ilişki kalıplarımızı ve

kişisel hayatımızın her yanını yeni baştan biçimlendirip yeni baştan inşa etmektedir (2005: 8).

Dijital teknolojiler hepimizin olduğu gibi çocukların da dünyasını değiştirmektedir. Çocukluğun kendisi, çocuk olma halleri de değişerek dönüşmektedir. Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler, çocukların dünyasıyla dijital dünya arasındaki sınırı flulaştırmaktadır. Yeni teknolojileri kullanarak büyüyen çocuklar, multimedya (imge, ses, metin, sayısal veri gibi farklı veri türlerinin bir arada olması) cihazları üzerinden okumakta, izlemekte, resim yapmakta, harfleri, sayıları, kavramları öğrenmektedir. Çocukların oyun arkadaşları haline gelen sanal kahramanlar, aynı zamanda çocukların tüketim alışkanlıklarını da belirlemektedir. Yeni teknolojiler aracılığıyla çocuklar yalnızca evde kişisel bilgisayarlarının karşısında değil, yolda, okulda, diledikleri her yerde mobil cihazlarında bu televizyonları ve çocuklar için özel olarak geliştirilmiş uygulamaları açıp izleyebilmekte, oynamakta ve interaktif yolculuklara çıkabilmektedirler. Ancak bu yolculukta gözetimde olmaları ve karşılıklarına çıkabilecek tehlikelere karşı korunmaları büyük önem taşımaktadır. Benzer şekilde çocuk merkezli yayınların içerik düzenlenmesinin çocukların bilişsel, ruhsal, sosyal ve duygusal gelişimini sekteye uğratabacak ya da olumsuz etkileyecek öğelerden ayıklanması da merkezi bir önemdedir.

Yeni medyanın birçok avantajı olmakla beraber bazı ciddi riskleri de bulunmaktadır. Özellikle kullanım yaşının bebekliğe kadar indiği günümüz toplumlarında... Hızla gelişen teknolojiye bugün en iyi ayak uydurabilenler kuşkusuz Z kuşağı olarak ifade edilen 2000 sonrası doğan gençlerdir. Kuran'ın ifadesiyle, 2000-2018 arası dünyamıza geldiğini varsaydığımız Z Kuşağı oranı Türkiye nüfusunun yüzde 30'udur. Bir başka deyişle ülkemizde 24 milyondan fazla bebek, çocuk, ergen ve ilk genç yaşamaktadır (2018: 132). Henüz Z kuşağı gençlerinin dijital teknolojileri kavrama ve kullanım hızlarına yetişememiş ve geleneksel medyayı takip ederken yeni medya pratiklerine ayak uydurmaya çalışan azımsanmayacak kadar çok yetişkin olduğu gerçeğinin yanında; henüz konuşma becerisi dahi kazanamamış yaştaki çocukların, bebeklerin bile yeni medya araçlarını kullandıkları ya da başka bir ifadeyle bu mecralardaki enformasyona maruz kaldıkları gözlemlenmektedir. Bu durum, kuşkusuz ki ebeveynlerin yeni medya konusunda daha bilinçli ve dikkatli olması gerekliliğini doğurmaktadır. Çünkü bu mecraların bu denli yaygın kullanımı, çocukların dört bir yandan onlar için zararlı olabilecek içerikle kuşatılmasının da önünü açmaktadır. Bu nedenle çocuk kanallarının ürettiği içeriğin ele alınması ve aynı içeriğin yeni medya alanlarında nasıl düzenlenip dönüştürülerek çocukların ve ebeveynlerin beğenisine sunulduğunun detaylı olarak incelenmesi önem kazanmaktadır. Bu mecralardaki içeriğin varsa olumsuz etkilerinin ortaya konularak bu etkilerden çocukların korunması için yapalabilecekler hususunda tekrar tekrar düşünülmesi gerekmektedir.

Bu bağlamda, çalışmamızda farklı yaş gruplarındaki çocuklara yönelik yayın yapan televizyonlar olan TRT Çocuk, Baby TV ve Disney Junior kanallarının web sayfaları pek çok açıdan incelenerek özellikle okul öncesi dönemde çocukların zihinsel, ruhsal, bilişsel ve duygusal gelişimlerini hangi yönlerden etkiledikleri ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çalışmanın örnekleminin belirlenmesinde, hedef kitlesi sadece çocuklar

olan, çocuk merkezli yayın yapan, tematik kanallar arasında seçim yapılmıştır. Üç farklı yayıncı kuruluşun yeni medya ortamına uyumlarının, içeriğin oluşturulma ve sunulma biçimlerinin karşılaştırmalı şekilde ele alındığı bu makalede, çocuklara yönelik yayın yapan bu televizyon kanallarının web sayfaları incelenerek bu sayfalardaki yayınların çocuklar üzerindeki muhtemel fayda ve riskleri değerlendirilmeye çalışılmıştır. Örneklem olarak seçilen, biri kamu yayını, diğer ikisi özel yayın kuruluşu olan bu üç çocuk kanalının kurumsal web sayfalarından kullanıcılarına sundukları içeriklerin karşılaştırılması, farklılıkların tespit edilmesi ve çocuk gelişimine etkileri kapsamında incelenmesi amaçlanmıştır. Bu incelemeden yola çıkılarak genel olarak televizyon ve yeni medya kullanımının çocuklar üzerindeki risklerini en aza indirip faydalarını arttırabilmek için yapılabilecekler ortaya konulmaya çalışılmıştır.

Belirlenen televizyonların kurumsal web sayfalarının ara yüzlerinde ne gibi farklılıklar öne çıkmaktadır? Farklı ülkeler ve farklı yayın anlayışları kurumsal web sayfalarını nasıl etkilemektedir? Kanalların hitap ettiği yaş grubundaki çocukların zihinsel ve ruhsal gelişimine yönelik yaklaşımları web sayfasındaki politikalarından okunabilmekte midir? Çocukların gelişimini olumsuz yönde etkileyen içerikleri barındırmakta mıdır? Çocuk televizyon kanallarının kamu veya özel yayın kuruluşu olmaları kurumsal sayfaları nasıl şekillendirmektedir, aralarında bir fark var mıdır? Bu kanallar, kurumsal web sayfalarında neleri ön plana çıkarmaktadır? Paylaşılan program, oyun ve etkinlik türleri ve içerikler arasında farklılık görülmekte midir? Kanalların kurumsal sayfaları farklı yeni medya organlarına da bağlantı imkânı sağlamakta mıdır ve reklam içermekte midir? gibi sorular üzerinden inceleme çalışması inşa edilmiştir.

Seçilen televizyon kanallarının web sayfaları üzerinde yapılan incelemeler, öncelikle 2018 yılının Mayıs ve Haziran aylarında, farklı zaman dilimlerinde gerçekleştirilmiştir. Daha sonra Aralık 2018'in son haftası ve 2019 Ocak ayının ilk iki haftası içerisinde, kanalların web sayfalarında var olan değişimler gözlenmiştir. TRT Çocuk ve Baby TV'nin sayfalarında program içeriklerine eklemeler olması dışında bir farklılık tespit edilmezken; Disney Junior sayfasının tamamen değiştiği ve var olan <https://www.disneyjunior.ca/> sayfasının sadece programların haftalık yayın akışı ve kanal frekansına ulaşım bilgilerinin olduğu işlevsiz bir sayfaya indirildiği gözlenmiştir. Bununla birlikte kanalın yayınlarına ve sunduğu diğer hizmetlere, <http://disneyjunior.disney.com.au/> adresi üzerinden ulaşılabilirdiği belirlenmiştir. Site içinde yapılan araştırmada içerik düzenlenmesinin yanı sıra 2018 yılının Eylül ayında, kullanım koşulları, gizlilik politikası gibi alanlarda da değişim yapıldığının belirtildiği gözlenmiştir. Sayfalar arasındaki farklılıklara metin içinde detaylı olarak yer verilmiştir.

## 1. Televizyon ve Çocuklar Üzerindeki Etkileri

Televizyonun toplumsal ve bireysel yaşam biçimleri üzerinde güçlü bir etkiye sahip olduğu artık vakıf olunan bir bilgi. Bu hususta çok sayıda akademik çalışma, televizyonun birey ve toplum üzerindeki tahribatını neden ve sonuçlarıyla ortaya koymaktadır. Ancak bütün bu olumsuz söyleme rağmen, televizyon hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olmaya devam etmektedir. İzleyiciler, beyaz camın sunduğu hipnotize edici

eğlenceden kendini alamamaktadır. Her yaş grubundan bireyi etkisi altına alan televizyon, bireylerin kendini ifade yöntemlerinden, tüketim alışkanlıklarına, beslenme biçimlerinden sofraya adabına, sağlıklı yaşam ölçütlerinden, estetik yargılarına, eğlence biçimlerinden tüm sosyal ilişkilerine kadar her konuda belirleyici bir rol oynamaktadır.

*“Kısa sürede bir yaşam biçimi haline gelen televizyon, artık ailelerin vazgeçilmez “eşya”larından biri”* (Erdemir Göze, 2014: 41) durumundadır. Bu konuda en duyarlı olunan konu ise çocuklardır. Onlar, televizyonun merkezi bir yerinin olduğu bir dünyaya doğmaktadır. Televizyonun zaten değiştirmiş olduğu bir dünyaya. Üstelik bu etki artık yeni medya kullanım biçimleri nedeniyle toplumsal yaşamın her alanına yayılmış durumdadır. Evdeki televizyonlarda var olan yayınlar artık sokaklarda, şirketlerde, kreşlerde, parklarda, bahçelerde, kısaca içinde insanın olduğu her yerdedir. Doğal olarak çocukları beyaz camın büyüdü dünyasından bütünüyle uzak tutmanın artık mümkün olmadığı bilinmektedir. Postman’ın ifadesiyle, *“Şimdi biz, ilk ve en yakın öğretmeni, ayrıca çocuğumuz için en güvenilir yoldaşı ve dostu televizyon olan ikinci kuşak çocuklarla bir arada yaşıyoruz. Daha açık bir dille ifade edersek, televizyon yeni epistemolojinin kumanda merkezidir. En ufak çocuklar dahi televizyon izlemekten men edilmezler. En berbat yoksulluk bile televizyondan vazgeçmeyi gerektirmez. En yüce eğitim sistemi bile televizyonun belirleyiciliğinden kurtulamaz”* (2017: 101). Dolayısıyla bugün gelinen noktada, artık televizyonun çocukların yaşamından nasıl çıkartılabileceği değil, onlar üzerinde oluşabilecek tahribatların nasıl en asgari düzeye çekilebileceği düşünülmektedir. Bu bağlamda televizyonun çocuklar üzerindeki olası zararlarının gündeme getirilmesi sürdürülmektedir. Esslin’e göre, “televizyonla büyüyen çocuklar TV’de gördükleri her şeyden –çizgi filmlerden, reklamlardan ve hatta filmlerin saçma sapanlıklarından dahi- bilgilenirler. (2001:87)

Erdemir Göze’nin de altını çizdiği gibi televizyona yönelik eleştiri oklarının iki ana teması *“şiddet”* ve *“eğlence”*dir (2014: 74). Şiddet içerikli yayınların çocukların ve genel olarak toplumun gözünde şiddeti normalleştirdiği ya da şiddet eğilimini arttırdığı yönündeki söylem oldukça anlaşılırdır. Ancak “eğlence”nin toplumsal yaşam ve çocuklar üzerinde ne gibi bir tahribatı olacağı düşündürücüdür. Özellikle çocuklar söz konusu olduğunda eğlence arayışı oldukça doğal ve normal görünmektedir. Son dönemde yapılan yayınların, ebeveynlerin duyarlılıklarını gözeterek, çocukların zihinsel, sosyal, duygusal ve bilişsel yönde gelişimlerini sağlayacak eğlenceli içeriklerle şekillendirildiği düşünüldüğünde *“Bunun ne sakıncası olabilir ki?”* sorusu zihinleri meşgul edebilmektedir. Bu noktada Postman’ın “Susam Sokağı” analizi akla gelmektedir. Postman’a göre “Susam Sokağı” programı, çocukların eğlenceyi seven bir kültüre girmeye yeterince hazırlanmalarına hizmet etmiştir. (2017: 176) Eğlenerek öğrenme fikri hem ebeveynler hem de eğitimciler için olumlu karşılanmıştır. Programın, okumayı öğrenme ve çocuklara okulu sevdirmeye konusunda faydalı olacağı düşünülmüştür. Ancak Postman’ın altını dikkatle çizdiği nokta, programın, çocuklara okulu sevdirmesinin tek yolunun, okulların Susam Sokağı’na benzemesi olduğu ve böylece geleneksel öğretim fikrinin temsil ettiği düşünceyi yerle bir ettiğiydi. Postman’a göre okul dilin gelişmesini merkez aldığı halde, televizyon dikkatleri görüntüye çekmektedir. (...) Derslikte eğlence asla bir amacın aracı olmaktan öteye gidemezken,

televizyonda eğlence kendi başına bir amaçtır (2017: 176-177). Bu bağlamda okul öncesi çocuklar, hatta Baby TV gibi bebeklik çağı çocukları için içerik üreten kanalların yayınları, ebeveynleri çocuklarını bu kanalların anlatılarına teslim ederken rahatlatıyor olsa da, bugün gelinen noktada Postman'ın tespitlerinde oldukça haklı olduğu tecrübe edilmektedir. Artık "eğitim" demek "eğlence" demektir. Bu durumu ebeveynler de yadırgamamaktadır. "*Çocuklar öğrendikten sonra eğlenmelerinde ne sakınca olabilir ki?*" gibi düşünceler geçse de zihinlerden, internetin sunduğu yeni olanaklarla artık bu eğlenme anlayışı her alanı kuşatmış ve en ciddi konuları da eğlenceye dönüştürmüş durumdadır. Bu kanalların, çocukları, eğlence odaklı, yeni nesil yaşam biçimine bebeklik döneminden itibaren adapte etmeye başladığını söyleyebiliriz. Postman'a göre, enformasyonları, fikirleri ve epistemolojisi basılı sözlerle değil, televizyonla şekillenen bir kültürüz. Basılı sözün arka plana düşmeyeceği düşünülen son kurumlar olan okullarda bile bu durumla karşılaşmaktadır (2017: 42).

Kellner'ın "*Medya Gösterisi*" kitabında üzerinde durduğu gibi, Medya kültürü, seyirci çekmek ve medyanın gücünü ve kârını artırmak için, teknolojik açıdan (hiç olmadığı kadar) gelişmiş gösteriler üretmektedir. Sansasyonel eğlence (eğitim+eğlence) kültürü giderek popülerleşmektedir. Radyo, film, televizyon haberleri, eğlence formları ve sanal gerçekliğin büyüyen etki alanını birleştiren yeni multimedya (çoklu ortam); medya kültürünün gösteri özelliğini belirgin kılarken genişleyen bilgi ve eğlence sahaları meydana getirmektedir (2013:19).

Her ne kadar yeni medyada teknolojinin sunduğu olanaklarla bilgi akışı hızlandıysa da bu bilginin hızına yetişemeyen kullanıcılar, metinlerin ağırlığının her geçen gün azaldığı, daha çok görselle süslenen yüzeysel bilgiyle yollarına devam etmek durumunda kalmıştır. Bilgi ve eğlence akışı hızlandıkça derinlikten yoksun öğretiler yaşamımızı kuşatmaya başlamıştır. Bu bağlamda televizyon ve yeni medyadaki renkli ve hareketli görüntülerle yetişen çocukların eğitim ve öğretim biçimleri de bu yönde evrilmiştir. Eğlenceli bir deneyim vaat eden bu dünya, çocuklar için okul sıralarındaki anlatım yapılarından çok daha çekici bir biçimde şekillenmektedir. Ancak buradaki paradokslardan biri, bu alanda inşa edilen yapay deneyimin gerçek hayatta duyularla hissedilen ve yaşanan deneyimlerin yerine konamayacağıdır. Diğer bir çelişki ise bu sanal dünyada gözlemleyici olarak edinilen bilginin eğlenceli sunumunu arzulayan çocuk zihinlerin, gerçek hayatlarında derinlemesine bilgi ile karşılaştıklarında, bu bilgiyi edinmek için gerekli olan konsantrasyonu sağlamakta güçlük çecekleri gerçeğidir. Bununla birlikte hem televizyon hem de yeni medya kullanım alanları, temel olarak hitap ettiği herkese aynı söylemle yaklaşmaktadır: Tüket, yine tüket, yeniden tüket, hep tüket... Bu açıdan bakıldığında çocukların ve ebeveynlerin ilgisi bu mecralar için inanılmaz derecede kıymetlidir. Bu yüzden her geçen gün eğlence düzeyi artırılarak bu ilginin sürdürülmesi sağlanmaktadır. Üstelik eskisi gibi "reklamlar" adı altında açıkça sunulan ürün imajlarının yerini, programların içine sindirilen ve reklam olduğunu hissettirmeden izleyici ve kullanıcılarını tüketme eyleminin sınırsız alanına dâhil eden yapımlar almış durumdadır. Özellikle çocuk kanallarının varoluş biçimi, çocukları tüketimin merkezine konumlandıran bu kanalların çizgi kahramanlarını da araçsallaştırarak, akla gelebilecek her türlü ürün ve hizmetin imgesi haline getirmektedir. Bu durum yeni medya kullanım alanlarıyla yaygınlık kazanmaktadır.

## 2. Yeni Medyanın Yaşam Biçimlerimize Etkileri

Medyadaki değişikliklerin insanların zihinsel yapılarında veya bilme kapasitelerinde değişikliklere yol açtığını iddia eden Postman'a göre, medyadaki yeni bir araç söylem yapısını da değiştirmektedir. Medya değişiminin mutlaka bir dengeyle sonuçlanmayacağını altını çizen Postman, medyadaki değişimin bazen yok ettiğinden daha fazla şey yarattığını, bazen tam tersinin olabileceğini söylemekte ve geleceğin sürprizlerle dolu olabileceğini unutmuyarak, övgüler yağdırırken ya da mahkûm ederken dikkatli olunması gerektiğine işaret etmektedir (2017: 40-43).

Kullanıcıların her türlü veri, bilgi ve enformasyona kolayca ulaşabilmelerini sağlayan yeni medya, düşünce ve duyguların rahatça ifade edilebileceği, toplumsal yapı içindeki işleyişe eleştirilerin yansıtılabileceği platformlar sunarak, en önemli demokratik haklardan biri olan ifade özgürlüğünü yaygınlaştırdığı yönündeki yaklaşımlar nedeniyle olumlanmaktadır. Bununla birlikte, nefret söyleminin hızla yayılması, dijital gözetimin yaşamımızın her alanına sızması, kişisel verilerin güvenliğinin sağlanamaması ve internet üzerinde bırakılan dijital izlerin şirket patronlarının lehine işleyen tüketim kültürünün yaygınlaşması için kullanılması gibi durumların kaynağı olarak görülmesi nedeniyle ise yoğun olarak eleştirilmektedir. Yine de belirtilen bütün bu olumsuz yönlere rağmen yeni medyada varolmanın en etkili yolunu bulmanın arayışı sürdürülmektedir. Faydayı artırıp olumsuz etkileri en aza indirmenin pratikleri üzerinde düşünülerek dijital evrenin akış hızına ayak uydurmaya çalışılmaktadır.

Mutlu Binark'a göre, günümüzde gündelik yaşamın her alanında giderek daha yaygın kullanım pratikleri bulan, gündelik yaşam alışkanlıklarını farkında olmasak da köklü bir şekilde dönüştüren, toplumsal yaşamın bir takım gerekleri nedeniyle kullanım yoğunluğu giderek artan, beden bir uzantısı/parçası haline dönüşen bilgisayar, internet, cep telefonları, oyun konsolları, İpod gibi tüm bu dijital teknolojiler yeni medya başlığı altında toplanabilir (2007: 21). Yeni medya ortamlarını geleneksel medyadan ayıran bazı özellikler dijitallik, etkileşimsellik, multimedya biçimselliği (imge, ses, metin, sayısal veri gibi farklı veri türlerinin bir arada olması), hipermetinsellik (alternatif mecralara, metinlere kolayca erişim), kullanıcı türevli içerik üretim, yayılım ve sanallık şeklinde sıralanabilmektedir (Binark&Bayraktutan, 2013:19).

Yeni medyayla birlikte, iletişim ağının genişlemesi ve yayılması, medyanın ulusal sınırları aşmasını sağlamıştır. Medyadaki bu hızlı gelişim, uzun mesafeler arasında anlık fotoğrafların, seslerin ve görüntülerin aktarılmasını olanaklı hale getirmiştir. Bu da zaman ve mekân kısıtlamasını ortadan kaldırmıştır. Olayların bu denli hızlı yayınlanması ve yayılması, insanların zaman anlayışını daraltmakla birlikte, dünyayı daha küçük bir yer haline de getirmiştir (Olkun, 2014: 37-38). Kılıç'a göre mobil cihazların diğer mobil cihazlarla ve tüm internetle bağlantı kurabilmesi medya kullanım kombinasyonlarını hayli artırmıştır. Aynı uygulamanın hem tablette, hem cep telefonunda, hem bilgisayarda kullanılabilmesi, birinde yapılan işlemin diğerlerine aynı anda aktarılabilmesi, bilgi ve çıktılarının paylaşılmasını çok kolaylaştırmıştır. Kılıç, mobil medyanın iş dünyasından sanata, tıbbi verilerin işlenmesinden çocukların



oyunlarına kadar geniş bir yelpazede hayat alanı bulduğunun ve her geçen gün bu alanları daha fazla işgal ettiğinin altını çizmektedir (2017: 5).

Bagdikian, günümüzde her insanın iki dünyası olduğunu söylemektedir. Biri doğal olan, etten kemikten oluşan bir dünya. Erkek, kadın ve çocukların, aile, okul, mahalleler ve toplum hayatı içerisinde büyüüp olgunlaştığı bir dünya. İnsanlığın büyük bir çoğunluğunun bugün içinde yaşadığı öteki dünya ise kitlesel medya dünyasıdır. Yazara göre insanlık tarihine şöyle bir bakıldığında, bu değişim oldukça süratli bir biçimde gerçekleşmiş; dünya, içinde bulunduğumuz çağın insanları tarafından yeniden yaratılmıştır. Bu bağlamda birebir insan iletişiminin uzun tarihi ile kıyaslandığında, medyada neyin iyilikçi, neyin zararlı, nelerin seçkinler için, nelerin ortak yararlar için olduğuna dair evrensel bir algının oluşması için geçen süre çok kısadır (2016: xiii-xiv). Bireylerin etten kemikten oluşan dünyaları ile yeni medyanın suni gücü arasında nasıl insani bir denge kurulabileceği üzerine düşünen Bagdikian'ın ifadesiyle *"Bugün, hızla gelişen dijital dünya, geleneksel medyaya eklenmiştir. Endüstrileşmiş ulusların bireyelerinin büyük bir çoğunluğu gündelik hayatlarının fevkaledede uzun bir bölümünü bu yeni dünyada geçirmektedir. Artık her çocuğun içine doğduğu dünya bu dünyadır"* (2016: xiv).

### 3. Okul Öncesi Çocukluk Döneminde Yeni Medya Kullanımı ve Etkileri

Bugünün çocukları, bilgi ve iletişim teknolojilerinin hayatın merkezinde konumlandırıldığı bir dünyaya doğmaktadır. Televizyonla başlayıp internetin kullanımıyla yaygınlaşan görsel kültürün, eğlenceyi ve gösteriyi yaşamımızın her alanına taşıdığı bir zamanın çocukları onlar. Eğitim materyallerinin bile önemli oranda, e-kitap, e-dergi ya da eğitici tablet veya akıllı telefon uygulamaları şeklinde dijital dünyaya adapte edildiği bir zamanda, çocuklar neredeyse bebeklik dönemlerinden itibaren bu evrende olumlu, olumsuz pek çok şeyle karşılaşabilmektedir. Bu bağlamda çocukların yaşamlarında belirleyici bir yer edinen yeni medya kullanımının etkileri konusu önem kazanmaktadır.

Bir çocuğun hayatının ilk yılları bilişsel, nörolojik, fiziksel ve sosyal-duygusal gelişim için kritiktir. Yeni doğanların beyinleri sayısız nöronlarla doludur ve bunlar kullanılmadığında zamanla ölür. Öte yandan, bu nöronlar kullanıldığında, normal gelişimin anahtarı olan diğer nöronlarla bağlantı kurarak beyin devresine entegre olur. Bu nedenle, ilk tecrübeler beyin gelişiminde çok önemlidir ve bir çocuğun hem zihinsel hem fiziksel potansiyelini etkiler. Bu bilgiler göz önüne alındığında bu önemli gelişim evresi; ebeveynler, öğretmenler ve çocukların eğitimine katkı sağlayan diğer yetişkinler tarafından ciddiye alınmalıdır (Merdin, 2017: 95).

Mobil aygıtlar, ekran boyutları, mobiliteyi, akış içerikleri, interaktif kapasiteleri nedeniyle çocuklar tarafından gittikçe artan düzeyde kullanılmaktadır. Çocuklar mobil medya cihazlarını oyun oynamak, video izlemek, resim çekmek, uygulamalara erişme gibi amaçlarla kullanmaktadır. Yaş grubu farklılıkları çocukların mobil medya cihazlarını kullanma zamanları ve amaçlarını belirleyen en önemli faktörlerden biridir (Kılıç, 2017: 1). Özellikle okul öncesi yaş grubu çocukları, ebeveynlerinin yönlendirmesiyle bu



alanlarda, daha çok video izlemektedir. Anne babaların kendilerine zaman ayırmak ya da çocuğun yeme içme ihtiyacını zorlanmadan karşılamak gibi gerekçelerle çocukların ilgisini çekecek ve büyülenmişcesine ekrana bağlanmalarını sağlayacak videolara telefon ve tablet uygulamalarından sıklıkla başvurdıkları artık bilinen bir olgudur. Bu bağlamda bu video ve programlarda varolan mesajlar bugünün koşullarında çok daha önemlidir.

Kitle iletişim araçları verdiği mesajlarla, çocuğun, neyi, nasıl düşüneceğini, nerede nasıl davranacağını, kendini nasıl görüp değerlendireceğini, diğer insanları nasıl görüp değerlendireceğini, adalet, özgürlük, kadın, erkek, gelecek, namus, töre, insan onuru, insan hakkı gibi birçok kavramı öğrenmesinde doğrudan etkilidir (Mora, 2011: 58). Elbette bu araçlarda sadece olumsuz mesajlar yer almamaktadır. Aynı düzeyde çocukların gelişimine olumlu yönde katkı sağlayacak mesajlarla örümlü program ve videolar da bulunmaktadır. Ancak burada ebeveynlerin doğru tercihler yaparak çocukları yönlendirmesi önem kazanmaktadır. Özellikle okul öncesi yaş grubuna hitap eden yayınlarda, toplumsal duyarlılıklar da gözetilerek, çocukların eğitim ve öğretimini destekleyecek, bilişsel ve duygusal gelişimini pekiştirecek, doğada varolan canlıları, rakamları, harfleri, kavramları ya da aile ve toplumsal yaşam değerlerini öğrenmelerini sağlayacak program, video ve oyunlar üretilmektedir.

Bu bağlamda yeni medyanın çocuklar üzerindeki etkilerinin sadece olumsuz anlaşılması gerektiğine işaret eden Kılıç (2017: 4), bu bakış açısının konuya önyargıyla yaklaşmaya, gerçekleri anlamının zorlaşmasına ve mobil medya kullanımının çocuklara muhtemel faydalarının gözden kaçırılmasına neden olabileceği üzerinde durmaktadır:

Geleneksel medyanın aksine yeni gelişen medya cihazlarıyla alakalı olarak düzgün ve planlı kullanımla olumlu etkiler de görülebilir. Yönetsel fonksiyonlar dört yaş civarında kazanılan erken çocukluk çağındaki deneyimlerden köken alan okul başarısını belirleyen ve zekâyla bağlantılı fonksiyonlardır. Bu fonksiyonlar dürtü kontrolü, duygu düzenlenmesi, yaratıcı ve esnek düşünebilme olarak sıralanabilir. Bu fonksiyonların zaman içerisinde kazanılmasıyla somut düşünceden soyut düşünceye geçiş gerçekleşmektedir. Bu fonksiyonlar uygun ebeveyn davranışları ile geliştirilebilir. Bu ebeveyn davranışlarını geliştirmek için mobil medya cihazlarından ve uygulamalarından faydalanılabilir. Örneğin doğayı ve çevreyi tanıtan uygulamalarla hem görsel hem işitsel olarak bitkiler, hayvanlar, doğa olayları çocuğa öğretilir. Gerçek hayatta bunlarla karşılaşıldığında çocuğun öğrendiği bilgiler pekiştirilebilir. Yine; hafıza kartları medya üzerinden kullanılarak çocuğun hafızası geliştirilebilir. Hikâye kitapları hareketli görsellerle zenginleştirilerek çocuğa hem okunup hem gösterilebilir. Yine zihin geliştirici programlar mental kapasiteyi artırabilir. Dikkat eksikliği hiperaktivite bozukluğu olan hastalarda bilgisayarlı hafıza testleri efektif olarak kullanılabilir. Ancak uygunsuz kullanımın dikkat eksikliği, hiperaktivite bozukluğunu olumsuz yönde etkilediği akıldan çıkarılmamalıdır (2017: 8).

Çocukların yaş gruplarına göre bedensel, zihinsel, ruhsal değişimleri mobil medya kullanımında da yaşa göre farklı etkiler gösterecektir. Özellikle okul öncesi çocukluk döneminde kazanılan deneyimlerin sosyal, bilişsel, duygusal gelişime çok önemli

katkılarının olması, ayrıca yeme içme, fiziksel aktivite, uyku gibi sağlıkla ilişkili davranışların şekillenmesi nedeniyle hayatları boyunca etkisi altında olacakları medya kullanımı alışkanlıklarının doğru istikamette oluşması önemlidir (Kılıç, 2017: 4). Bütün bu nedenlerle çocukların hangi sürelerle hangi yayınları izlediği ve hangi oyunları oynadığı konusu önem kazanmaktadır. Merdin'in de altını çizdiği gibi 0-6 yaş arası küçük çocuklar, beklenenin üzerinde elektronik medya ortamlarına maruz kalmaktadır ve gelişimin hızlı seyrettiği, kritik olduğu bilinen erken çocukluk döneminde medya kullanımı oldukça önemli bir konudur (2017: 96). Özellikle 0-3 yaş arasında televizyon, telefon ve tablet ile fazla zaman geçiren çocukların ayrıca, kreş ya da anaokulu dönemlerinde sosyal faaliyetlerde zorlanma, grup oyunlarına katılmada isteksizlik, konuşmada bozukluk ve çekingenlik gibi davranışlar sergiledikleri gözlenmiştir (Atıla, 2017).

T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü (2008: 13), "*İnternet Kullanımı ve Aile*" isimli yayınında, internette aileleri ve çocukları bekleyen birçok olası tehlikenin mevcut olduğunun altını çizerek akla ilk gelen tehlikeleri, çocukların sınırsız ve sansürsüz bilgiye ulaşma olanağı, kötü niyetli bilgisayar kullanıcılarının aile bireylerinin kişisel bilgisayarlarına bağlanarak özel bilgilerinin ele geçirme ya da yazılım ve donanımlara zarar verebilme olasılığı, internetin çocuk ve gençleri uzun süre oyalayarak sosyal yaşamın dışına itebilmesi gibi faktörler sıralanmaktadır. Bu nedenle internetin yararlarının yanı sıra kontrollü ve bilinçli kullanılması gereken bir kitle iletişim aracı olduğu da dikkate alınmalıdır.

Kılıç, bilinçli ve ölçülü kullanılmadığında yeni medyanın çocuklar için zararlı olabilecek yönlerini sıralamaktadır:

- Medyanın çocukların gelişimine, saldırgan davranışlar, obezite, uyku bozuklukları gibi olumsuz etkileri bugüne kadar hep söylenegelmiştir. Okul öncesi ve okul çocuklarının sıklıkla oynadıkları medya oyunlarının önemli bir kısmı şiddet içeriklidir. Hırsızlık, cinayet, gasp, savaş temalı oyunların çocukların zihinsel gelişimlerinde olumsuz rol oynadığı ile ilgili raporlar mevcuttur. Yine çocuklara hitaben hazırlanan süper kahraman karakterli oyunlar da benzer bir tehlikeyi beraberinde getirmektedir. Özellikle okul öncesi çocuklarda yetersiz olan soyut düşünme yeteneğine bağlı olarak izlenen görüntülerin ve içeriklerin doğru algılanamaması fiziksel ve ruhsal zararlara yol açabilir.
- Çocuğun mobil cihazla vakit geçirmesi sırasında sessiz, suskun ve hareketsiz kalması ebeveynle çocukla geçireceği zaman yerine başka işlerini yapma fırsatı verebilmektedir. Ancak bu durum çocuğun mobil cihazı kontrolsüz kullanımına ve mobil cihazların zararlı etkilerine açık kalmasına zemin hazırlayabilir.
- Mobil cihazlar vasıtasıyla şiddet içerikli oyunlar veya görsellerden etkilenip bunun gerçek hayata yansıtılması, yabancı şahıslarla medya üzerinden bağlantı kurmak, daha büyük çocuklar için uygunsuz cinsel içerikli unsurlara, uyuşturucu kullanımına maruziyet bunlar arasında gösterilebilir. Şiddet içerikli medya unsurlarına maruziyet saldırgan davranışlar şeklinde belirtilebilir.
- Hinkley ve arkadaşlarının çalışmasına göre erken çocukluk döneminde günlük iki

saatten daha fazla elektronik medya kullanımı davranış sorunları, dil sorunları ve sosyal sorunlara neden olmaktadır.

- Mobil medya cihazlarının bilgiye ulaşmada sağladığı kolaylıklar elbette inkar edilemez ancak çocukların kendini kontrol etme, empati kurma, sosyal becerileri artırma, sorun çözme yeteneğini geliştirme, doğayı ve çevreyi keşfetme isteği, yaşlılar ve büyüklerle ilişkilerin nasıl kurulacağını öğrenme, yeni oyunlar üretilip yeni kurallar koyma becerisini artırmadığı da göz önünde bulundurulmalıdır. (2017: 7-10-11)

#### 4. TRT Çocuk, Baby TV ve Disney Junior Web Sayfalarının Karşılaştırmalı Analizi

Bugün televizyon yayıncıları, dijital teknolojiler ve internet aracılığıyla, yayınlarını ve çok daha fazlasını, geniş kitlelere ulaştırabilme imkânına sahiptir. Çocuklar için içerik üreten kanallar düşünüldüğünde, televizyon yayınlarının web sayfaları üzerinden izlenebilmesi; çizgi dizi ya da program kahramanlarının yer aldığı oyunlar ve aynı kahramanlarla hazırlanmış etkinlikler, yarışmalar ya da akıllı telefon ve tablet uygulamaları, bu alanlardaki içeriğe çocukların zaman ve mekân sınırlaması olmadan kolaylıkla ulaşabilmesini sağlamaktadır. Çocukları olumsuz etkileyebilecek riskleri de içinde barındıran bu çok yönlülük ve kolay ulaşılabilirlik, hazırlanan içeriğin ve sunuluş biçiminin çok daha dikkatli incelenmesi gerekliliğini de doğurmaktadır. Bu bağlamda çalışma kapsamında belirlenen TRT Çocuk, Disney Junior ve Baby TV kanallarının web sayfaları, farklı açılardan karşılaştırmalı olarak incelenmiş ve analiz edilmiştir.

##### 4.1. Hitap Edilen Yaş Grubu ve Kanalların Yayın Politikaları

Ülkemizde kamu kuruluşu olarak yayın yapan TRT Çocuk web sayfasında; 3-12 yaş grubu çocukların fiziksel ve bilişsel gelişimlerine artı değerler katmak, toplumsal, bilimsel ve teknolojik konularda farkındalık oluşturacak içerikler üretmek için çalışıldığı ifade edilmektedir. TRT Çocuk ürünleriyle çocukların farklı ve eleştirel düşünebilmesinin sağlanmasının hedeflendiği üzerinde durularak, millî eğitimin temel görüş ve amaçlarına uygun, eğlence ve eğitimi birleştiren, çocukların yaşamlarını olumlu etkileyen içeriklerin üretilmesine katkı sağlanmaya çalışıldığı vurgulanmaktadır. “Yayın İlkeleri” başlığı altında, TRT Çocuk sunduğu içerik hizmetinde -genel ahlakın gereklerini, millî gelenekleri ve manevi değerleri gözetmek, -Türk milli eğitiminin temel görüş, amaç ve ilkelerine uymak, -kolayca anlaşılabilir, doğru, temiz ve güzel bir Türkçe kullanmak, -beden ve ruh sağlığına zarar verecek hususlara yer vermemek” konularının dikkate alındığı belirtilmektedir.

Birleşik Krallık (UK), Fox Networks Group yayın kuruluşu olan Baby TV'nin özellikle bebekler, yeni yürümeye başlayan çocuklar ve ebeveynleri için geliştirilmiş bir kanal olduğu, web sayfasında ifade edilmektedir. 300'den fazla bağlı şirketi ile 85 ülkede 15 dilde yayın yapıldığı belirtilerek çocukluğun ilk yıllarındaki erken öğrenme becerilerini geliştirmeye yönelik programların geliştirildiği üzerinde durulmaktadır. Ebeveynlerin çocuklarıyla paylaşabilmeleri için etkileşimli, gelişim odaklı ve eğlenceli içeriklerin oluşturulduğu da vurgulanmaktadır.

Amerika merkezli yayın yapmakta olan Disney Junior'ın değişim olmadan önceki web

sayfasında, büyümlü müzikal ve Disney hikâye anlatımı ve karakterlerini televizyona taşıyarak okul öncesi çocuklar için klasik ve çağdaş Disney hikâyeleri sunan, 2-7 yaş arası çocuklar için tasarlanmış öğrenme ve gelişimsel programlama yapan bir kanal olduğu ifade edilmektedir. Kanalın web sayfasının ebeveynlerin ve çocukların birlikte sörf yapması için üretildiği belirtilmektedir. Değişen sayfada ise herhangi bir yaş aralığı verilmediği görülmüştür. İçerik ise genel olarak çocukların eğlenerek öğrenmelerine hizmet etse de daha çok eğlence odaklı etkinlik, oyunlar ve çizgi kahramanların şarkılı klipleriyle şekillendirilmiştir. Ayrıca sayfanın her alanından Disney ürün ve hizmetlerinin tanıtım ve satışı yapıldığı görülmektedir.

TRT Çocuk'ta hitap edilen yaş aralığının 3-12 yaş olarak belirlenmiş olması nedeniyle, program içeriklerinin başında hangi yaş grubuna uygun olduğuna dair ibare kullanılmaktadır. Bu bağlamda bakıldığında çocukların yaş gurubuna göre izlenebilecek program ya da yarışmaların, ebeveynlerin kontrolünde izleneceği öngörülerek farklı yaş guruplarına hitap etmekte ve "Programlar" ana başlığı tıklandığında açılan sayfada yaş grubu seçilerek program tercihi yapılabilmektedir. Diğer iki kanalın web sayfalarında böyle bir özellik bulunmamaktadır. Baby TV bebeklik dönemi yaş grubuna hitap ettiği ve içeriği çocuk gelişimi uzmanları tarafından oluşturulduğu için böyle bir uyarı ibaresine ihtiyaç duyulmamakta, içeriğin tamamı çocukların zihinsel ve duygusal gelişimlerini destekleyecek nitelikte hazırlanmaktadır. Ayrıca özellikle bebekler, yeni yürümeye başlayan çocuklar ve ebeveynleri için, çocuk gelişimi uzmanları tarafından özgün içeriğin geliştirildiğine dair ifade web sayfasında yer almaktadır. Disney Junior sayfasında da böyle bir ayrıma gidilmemiştir, çünkü kurumun "Disney Channel" adında daha büyük çocuklara ve yetişkinlere yönelik yayın yaptığı ayrı bir kanalı bulunmaktadır. Her ne kadar kanalın web sayfasında yaş aralığı ibaresi kaldırılmış olsa da, Disney Junior okul öncesi dönemde olan, daha küçük yaş grubuna hitap etmektedir.

#### 4.2. Yayın İçerik Yapıları

İncelenen kanallardaki yayınların içeriklerine bakıldığında; TRT Çocuk kanalında milli değerleri yücelten, toplumsal gelenek ve görenekleri yaşatmaya yönelik içerik oluşturulmasına özen gösterildiği görülmektedir. TRT Çocuk'ta yayınlanan programlar arasında yer alan "Niloya", "Rafadan Tayfa", "Elif'in Düşleri", "Pepe" gibi çizgi dizilerin kahramanlarının ve ailelerinin geleneksel Türk kültürünün değerlerini sürdüren aile yapıları içinde sunuldukları görülmektedir. "Keloğlan Masalları", "Emiray" gibi çizgi dizilerde ise tarihi bir anlatım söz konusudur. Kanalda otizimli bir çocuğun aile hayatının betimlendiği "Kardeşim Ozi" programında da benzer şekilde bugünün modern yaşamının içinde geleneksel örf ve adetlerini de koruyan bir aile portresi çizilmektedir. Bu içerikte otizimli bir çocuğun hikâyesinin anlatılması, toplumsal yaşam içinde tüm çocuklara eşit değer verilmesi yönünde olumlu bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca ramazan ayı gibi özel dönemler boyunca bu dönemi temsil eden yeni programların yayın içeriğine dâhil edildiği ve zaten var olan "Rafadan Tayfa" gibi programların bu döneme özgü revize edilmiş versiyonunun da ayrıca yayınlanmaya başladığı gözlenmiştir. Kamu kuruluşu olması nedeniyle TRT Çocuk yayınlarında kültürel değerleri, inançları, gelenek ve görenekleri gözetilen yayınlara

özellikle yer verildiği görülmektedir. Ancak tüm dünya çocuklarını kapsayan ve temsil eden, evrensel değerlere önem verilmesi, farklı inanç ve yaşam biçimlerine, kültürlere değer verilmesi yönünde algı oluşturulmasına yönelik bir program içeriğine rastlanmamaktadır. Sadece 23 Nisan gibi özel dönemlerde ülkemizde bu bayramı kutlama biçimimize uyumlu olarak programlara farklı kültürleri temsil eden çizgi çocuk karakterlerin dâhil edildiği gözlenmiştir. TRT Çocuk kanalının kamu kuruluşu yayını yapması yayınların içeriği konusunda denetlendiği düşüncesini güçlendirmektedir.

Baby TV'nin içeriğinde ise kanalın merkezi olan Birleşik Krallığın kültürel dokusunun programlara yansıtılmakla birlikte baskın bir şekilde kullanılmadığı, ayrıca uluslararası düzeyde çok sayıda ülkede 15 dilde yayın yapılması nedeniyle, daha çok evrensel insani değerlerin ön plana çıkartıldığı bir hikâyelendirme görülmektedir. Hatta programlarda özellikle farklı coğrafyalardan, farklı etnik kökenlere sahip, farklı dilleri konuşan, farklı kültürleri yaşayan, farklı fiziksel özelliklere sahip çizgi karakterler kendi toplumlarının kültürünü temsil edecek şekilde yayınlara dâhil edilmektedirler. Program içeriklerinin ise daha çok bebeklik dönemindeki çocukların zihinsel ve bilişsel gelişimlerini destekleyecek biçimde inşa edildiği söylenebilir. Örneğin "*Charlie and The Number*", "*Charlie and The Alphabet*" programlarında çocukların rakamları ve alfabeği eğlenerek öğrenmeleri sağlanmaya çalışılmaktadır. "*Flip and Flash*" programında renkli flash kartları kullanılarak, kanalın Bebek Kelebek çizgi karakteri ve farklı hayvanlardan oluşan diğer renkli karakterleriyle oynanan bir oyunla, farklı kelimeler, gruplandırılarak anlatılmaktadır. Örneğin renkli tasarımlarla hazırlanmış bu kartlarda üç farklı müzik enstrümanının yanı sıra bir de hayvan figürü yer almakta ve enstrüman olmayana bulma oyunu oynanmaktadır. "*Little Lola Visits the Farm*" programında ise Lola çizgi karakteri neşeye çiftlikte hayvanlarla oynayarak meyveleri, sebzeleri, araçları, farklı yiyecekleri ve çiftlik hayatındaki diğer pek çok şeyi çocuklarla buluşturmuştur. Ayrıca program içeriğinde bilim ve farklı sanat türlerini çocuklara tanıtan ve sevdiiren pek çok program da bulunmaktadır. Genel olarak program içeriklerinin çocukların sağlıklı zihinsel, bilişsel, ruhsal ve sosyal gelişimlerini destekleyecek şekilde üretildikleri söylenebilir. Programların "*İlk Konsept (şekiller, renkler, sayılar, zıtlıklar)*", "*Tahmin Oyunları*", "*Müzik&Sanat*", "*Doğa&Hayvanlar*", "*Arkadaşlık Kurmak*", "*Etkinlikler*", "*Uyku Zamanı*", "*Şarkılar&Şiirler*", "*Hayal Gücü ve Yaratıcılık*" şeklinde sınıflandırılması, içerikteki bilinçli yapılanmayı yansıtırken aynı zamanda, bu detaylı sınıflandırma, ebeveynlerin ihtiyaç duyulan program içeriklerine web sayfası üzerinden kolaylıkla ulaşmasına zemin hazırlamıştır. İncelendiği süre boyunca kanalın programları içinde, çocuklar için zararlı olabilecek, şiddet içeriği barındıran herhangi bir öğe ile karşılaşmamıştır. Kanalda genel olarak bebeklik çağındaki çocukların eğlenerek öğrenmelerine yönelik içerikler oluşturulduğu görülmüştür.

Disney Junior'ın içerik yapısına baktığımızda da benzer bir şekilde daha çok eğlence ve keyifli zaman geçirme üzerine kurulmuş bir anlayış geliştirildiği görülmektedir. Programların pek çoğu müziklerle renklendirilmektedir. Program aralarında sıklıkla çizgi dizilerin şarkılı müzikal bölümlerine, kısa klipler şeklinde yer verilmektedir. Reklam yayınlanmayan kanalda bu yolla, çocukların ilgisini çekecek program tanıtımları da yapılabilmektedir. Bununla birlikte eski Disney çizgi dizilerinin ve masallarının

anlatımında çocukların sağlıklı ruhsal ve bilişsel gelişimlerini olumsuz yönde etkileyebilecek öğelerin ayıklanmaya başlandığı gözlenmektedir. Özellikle yeni dönem çizgi dizilerdeki prenseslerin büyük değişim geçirdiği açıktır. Artık prensesler onları kurtaracak olan prenslerini beklemek yerine, hayatı keşfetmekte, kendi sorunlarına ve hatta çevresindeki karakterlerin sorunlarına akılcı çözümler üretebilen karakterler olarak inşa edilmektedirler. Ayrıca -hala şiddet öğeleri barındıran programların varlığının altını çizmekle birlikte- bugünkü programlarda eski dönem Disney programlarıyla kıyaslandığında, şiddet miktarının azaldığı söylenebilmektedir. (Bu çıkarım Disney Junior kanalı için geçerlidir, çünkü Disney Channel kanalı daha büyük yaş grubundaki çocuklar ve yetişkinler için yayın yapmakta ve program içeriklerinde şiddet öğelerine sıklıkla rastlanmaktadır.) Bu bağlamda dünden bugüne akademik ve sosyal çevrelerde program analizleri yapılarak çocuk gelişimini olumsuz yönde etkileyen, şiddet içerikli öğelere, cinsiyetçi, ırkçı söylemlere dikkat çekilip bu içeriklerin eleştirilmesinin, bugün gelinen noktada, ebeveyn ve toplum duyarlılıklarını belirlediği ve buna bağlı olarak da yayınların içeriklerinin oluşturulmasında dikkate değer bulunduğu düşünülmektedir. Yapılan eleştirilerin, içerik oluşturucuların yeni nesil içerikleri biçimlendirmesinde etkili olduğu görülmektedir. Bugünün “*Prenses Sofia*”sı dünün “*Pamuk Prensesi*”yle kıyaslandığında değişen pek çok şey olduğu aşikârdır.

Cinsiyetçi yaklaşımın değişimine örnek verecek olursak; Disney Junior kanalında yayınlanan “*Prenses Sofia*” ve “*Prenses Elena*” çizgi dizilerinde, cinsiyetçi söylemden uzaklaşmaya başlanmasının hikâye anlatısında görünürleştiğini söyleyebiliriz. İki prenses de hem kendilerinin hem de çevresindekilerin karşılaştıkları sorunlar konusunda çözümler geliştiren güçlü karakterler olarak varlıklarını sürdürmektedirler. “*Prenses*” kavramına daha önceki dönemlerde yüklenen edilgen yapı değişime uğramıştır. Pasif bir duruşla, oldukları yerde prenslerin gelip yaşamlarındaki sorunları çözmelerini, onları kötülerden korumalarını beklemek yerine; kötü niyetli karakterlerle akıllıca planlanmış yöntemlerle kendileri baş edebilen prensesler olarak evrilmektedir bu karakterler. Bedenleri estetik duruşlarını korurken güçlü, kıvrak ve stratejik hareketlerle dövüşen, savaşılabilen karakterlerdir. Benzer bir yaklaşım Baby TV program içeriğinde de karşımıza çıkmaktadır. Baby TV’de yayınlanan “*Snuggle Puppets*” programının bir bölümünde, kukla karakterlerin piknik yapan çocuklarla sohbet ettikleri bir bölümde, “*şimdi size masallar anlatacağız, prenses gelip prensi kurtaracak*” ifadesini kullanmaktadırlar. Değişen sadece prenses masalları da değildir, kız çocukları için örnek olacak karakterler de üretilmektedir. Örneğin, Disney Junior’da yayınlanan “*Doc. McStuffin*” programında ana karakter doktor olan, siyahi bir kız çocuğudur ve hikâye içinde bozulan, işlevini yitiren ya da artık kullanılamaz hale gelen oyuncakları muayenehanesinde tedavi etmekte ve onları sağlıklarına kavuşturmaktadır. Bu bağlamda program, özellikle ebeveynler açısından, çocuklar için iyi bir örnek olarak durmaktadır.

Disney denince belki de ilk akla gelen karakter olan ve kanalın logosunda imgeleştirilen, Miki Fare ve arkadaşlarının anlatılarında da belirgin bir değişim yaşanmıştır. “*Mickey Mouse*” programının ilk dönem içeriklerinin yoğun bir biçimde şiddet barındırdığını söyleyebiliriz. Çünkü o dönemde bu programlar, sadece çocuklar için oluşturulmamış,

yetişkinlerin de beğenisine sunulmuştu. Bu nedenle eğlence unsuru ön plandaydı. Bugün gelinen noktada ise özellikle “Mickey Mouse Clubhouse” versiyonu çocuklar için öğretici nitelikleri artırılmış yapısıyla dikkat çekmektedir. Artık bu haliyle büyükleri eğlendirememektedir bu çizgi diziler ve eskisi gibi şiddet içerikleri barındırmamaktadır. Bununla birlikte kanalın şiddet düzeyi yüksek olan programlarına örnek olarak “PJ Masks” ve “The Lion Guard” programları verilebilir. Ancak “The Lion Guard” programında doğanın düzeninin korunması için kötü niyetli hayvanlarla mücadele eden ana karakterlerin varlığı, temelde ortaya konulan anlamı olumsuzlamaktadır. Ama yine de özellikle okul öncesi yaş grubu düşünüldüğünde bu programın çocukların yalnız başına izlemesi için uygun olmadığı, ebeveynlerin yönlendirmesi ve hatta şiddet düzeyinin arttığı bölümlerde, programın bu haliyle kendisi için uygun olmadığına sebepleriyle çocuğa izah edilmesi gerekmektedir. Bir süper kahramanlar çizgi dizisi olarak dizayn edilen “PJ Masks” ise ana karakterlerin renkli kostümleri ve özel güçleri ile çocukların ilgisini çeken, aksiyon sahneleriyle heyecan uyandıran bir program niteliğindedir ve karakterler arasındaki mücadelede şiddet unsurları görülebilmektedir. Ancak bu noktada yapımcıların, kötü karakterlerin kötü davranışlarını yumuşatarak bu şiddet düzeyini azaltmaya çalıştığını da söyleyebiliriz. Örneğin Romeo adındaki bilim insanı ve mucit, yeni icatlarla geliştirdiği araçlar aracılığıyla sokaktaki tüm cisimleri ve kahramanları küçültmekte ya da ana karakterlerin seslerini kırmakta veya Ay Kızı adındaki kötü karakter, oluşturduğu yağmur bulutlarıyla kahramanları ıslatmaktadır. Ancak her ne kadar yumuşatılmış da görünse karakterler sorunlarını güç kullanarak çözmektedir ve programın şiddet içerdiği aşikârdır. Genel olarak Disney Junior’un program yapılarının özellikle çocukların ilgisini çeken eğlenceli içerikler ürettiği söylenebilir.

### 4.3. Kanalların Web Sayfalarının İçerik Sınıflandırması

TRT Çocuk kanalının içeriğine web sayfası üzerinden “Program”, “Oyun”, “Video”, “Ebeveyn” olarak sınıflandırılmış temel bölümlerden ulaşılmaktadır. Aynı zamanda “Yayın Akışı”, “Canlı Yayın” “Yarışma” bölümleri sayfanın sağ üst köşesinde konumlandırılmıştır. Bu bölümde büyüteç figürü tıklanarak ulaşılan bir de arama butonu yer almaktadır. Yukarıda sıralanan ana başlıkların hemen altında sağa doğru akan 38 görsel üzerinden direkt istenilen programın detaylarını gösteren bölüm sayfalarına erişilmektedir. Sayfa aşağı doğru hareket ettirilerek, “Popüler Oyunlar” başlığı altında yine sağa doğru akan 5 görsel üzerinden seçilen oyunun sayfasına ulaşılabilmektedir. Sayfanın en altında ise “Kurumsal”, “Başvuru”, “Yardım”, “Bize Ulaşın” başlıkları ve hemen altında içeriğin tüm haklarının saklı olduğuna ve kopyalanmasının yasak olduğuna dair bir ibare ile “Gizlilik Koşulları” bölümü yer almaktadır. “Kurumsal” bölümü tıklandığında, “Haber”, “Hakkımızda”, “Yayın İlkeleri”, “Yayın Kanallarımız”, “Gizlilik Koşulları” alt başlıklarının yer aldığı alan açılmaktadır. “Yayın Kanallarımız” bölümünde kanalın servis sağlayıcıları sıralanmaktadır. “Gizlilik Koşulları” bölümünde “Kişisel Bilgiler ve Erişim”, “Siteyi Kullanma Yükümlülükleri”, “Yasal Sorumluluk”, “Yasal İzin”, “Mahremiyet”, “Fesih”, “Marka Kullanımı”, “Güvenlik”, “Uygulanacak Hukuk” başlıkları bulunmaktadır. “Başvuru” bölümünde ise TRT Çocuk’ta yayınlanması için geliştirilen program tekliflerinin nasıl yapılabileceği ve sürecin nasıl işlediği ile ilgili bilgiler, “İçerik



*Öncelikleri*”, *“Alım Süreci”* ve *“Proje Başvurusu”* başlıkları altında paylaşılmaktadır. “Yardım” bölümünde, “Sıkça Sorulan Sorular” ve yanıtlarına yer verilmiştir. Son olarak “Bize Ulaşın” bölümünde izleyici ve kullanıcıların soru ve görüşlerini iletebilecekleri alan bulunmaktadır. Sayfanın en altında kanalın Facebook, Twitter, Instagram ve Youtube sayfalarının linklerine de yer verilmiştir.

TRT Çocuk’ta genel olarak içeriğin sınıflandırılması yaş gruplarına göre yapılmıştır ve bu sınıflandırma hem program içeriğinde yer alan programlar, yarışmalar vb. başlamadan önce izleyiciyi bilgilendirme amaçlı belirtilmekte, hem de web sayfalarındaki sınıflandırma bu yaş gruplarına göre yapılmaktadır. “Hepsi”, “3-5 Yaş”, “6-8 Yaş”, “9-11 Yaş”, “12 Yaş ve Üstü” belirlenen yaş aralıklarıdır. Aynı zamanda “Program” ve “Video” bölümleri tıklandığında da yaş gruplarına uygun sınıflandırılmış içeriğe ulaşılmaktadır. Bu alanlardan TRT Çocuk’ta yayınlanan programların seçilen bölümlerinin bütünü izlenebilmektedir. Programların şarkılı bölümlerine ayrıca “Program” başlığı içindeki varsa “Şarkı” alt başlığından ya da “Video” bölümündeki “Müzik” alt başlığından erişilmektedir. Seçilen her program, kendi sayfasında açılarak, içerik; “Tanıtım”, “Hedef Kitle” ve “Kazanımlar” gibi kısa bilgi metinleriyle açıklanmakta ve programlar; “Tanıtım”, “Bölümler”, “Şarkı”, “Oyna”, “Arapça İzle”, “Karakterler” gibi ara başlıklar üzerinden sınıflandırılmaktadır.

Baby TV web sayfasının içerik düzenlemesine bakıldığında, program içerikleri ve aktivitelere farklı sınıflandırmalarla ana sayfa üzerinde bulunan toplam 132 görsel tıklanarak direkt ulaşılabilir. Ana sayfa üzerinde pek çok farklı şekilde sınıflandırma yapıldığı görülmektedir. Tüm bölümlere web sayfası üzerinden ulaşım içeriğin bütününe izlemek mümkün değildir. Videolarda programların bütünü değil kısa bir bölümü izlenebilmektedir. Ana sayfada “Tekerlemeler”, “Şovlar”, “Oyunlar”, “Ebeveyn Etkinlikleri” şeklindeki temel başlıklarla sınıflandırma yapılmıştır. Bu temel alanlar da kendi içlerinde bölümlendirilerek detaylandırılmıştır. “Şovlar” butonu tıklandığında, açılan sayfada çiçek tasarımıyla programların kendi içinde kategorize edildiği görülmektedir. Aynı alan içinde aşağı doğru inildiğinde alfabetik sıraya göre program seçimi yapılabilir. Bununla birlikte bu alanın altında kutucuklar içinde programlardan örneklerin yer aldığı ve sağa doğru oklarla ilerlendiğinde çeşitlenen imajlar yer almaktadır. Yine “Şovlar” bölümü sınıflandırmasında yer alan “Programlar” seçeneği tıklandığında bu sefer programların yayın saatlerine göre sınıflandırıldığı görülmektedir. Bu alanda aynı zamanda günlere göre de sınıflandırma yapılabilir. Bu alanın altında özellikle gece ve gündüz sınıflandırmasına uyan örnek program videolarının yer aldığı imajlar bulunmaktadır. Kanalın programları pek çok farklı şekilde sınıflandırarak kullanıcıların özellikle aradıkları içeriğe rahatça ulaşabilmeleri sağlanmaktadır.

Sayfanın en üstünde bulunan bu temel başlıkların yanı sıra ana sayfanın ortasında renkli bir televizyon şeklinde dizayn edilmiş görsele konumlandırılmış program örneklerinin yanında “Oyunlar”, “Doğum günü”, “Şarkılar”, “Anne ve Babalar İçin Site”, “Uygulamalar”, “DVD”, “Baby TV Stüdyo” gibi butonlar yer almaktadır. Bu alanlardan da içeriklere ayrıca ulaşılabilir. Bu bölümün hemen altında, kare kutucuklar

şeklinde imajlarla aynı başlıklar ayrıca sınıflandırılmaktadır. Sayfanın en altına gelindiğinde ise bu sefer kanaldaki programların çizgi karakterleri sağa doğru uzanan oklarla ilerlenerek sıralanmıştır. Bu karakterler tıklanarak açılan sayfalarda, seçilen karakterin yer aldığı programlardan kısa örneklerin olduğu videolar izlenebilmektedir. Videoların hemen altında ise aynı karakterin yer aldığı duvar kâğıdı ve boyama sayfasına ulaşılabilir. Bu sayfaların sol bölgesinde program sınıflandırmasının tekrar listelendiği görülmektedir. Ayrıca ana sayfada iki ayrı yerde kanal sağlayıcıların listeleri bulunmaktadır. Görüldüğü gibi ana sayfa içinde pek çok şekilde içeriğe yönlendirilmektedir ziyaretçiler. Baby TV ana sayfasının en altında ise “*Hakkımızda*”, “*Abonelik*”, “*Sıkça Sorulan Sorular ve Site Bilgisi*”, “*Kullanım Şartları*”, “*Gizlilik Politikası*”, “*Tüzel*”, “*Politikalar ve Prosedürler*” başlıkları yan yana sıralanmaktadır.

Disney Junior’ın web sayfası içerik sınıflandırması üzerinde durduğumuzda, yeni web düzeninde genel Disney sayfasının ana başlıklarının sayfanın en üstünde bulunduğu görülmektedir. Burada “*Mağaza*”, “*Filmler*”, “*TV*”, “*Canlı Etkinlikler*”, “*Parklar*” (*Disneyland*), “*Daha Fazla*” şeklinde düzenlenmiş olan başlıklar, kullanıcıların direkt ürün ve hizmet satışına yönlendirilmesine yönelik dizayn edilmiştir. Bu bölümlerde Disney kahramanlarından oluşturulmuş her çeşit ürünün, filmlerin, TV programlarının, canlı etkinliklerin ve Disneyland’in reklamları ve bilet satışları yapılmaktadır. En üsteki bu alanın altında Disney Junior’un logosu ve sayfanın ana başlıkları yer almaktadır. Site “*Ev (Ana Sayfa)*”, “*Boyama*”, “*Video*” ve “*Etkinlikler*” bölümleriyle sınıflandırılmıştır. Ana başlıkların hemen altında kanalın programlarının çizgi karakterlerinin yan yana daireler içinde sıralandığı bir alan bulunmaktadır. Sağ tarafta yer alan oklarla ilerlenebilen bu bölümde, kanalda yayınlanan bütün programların ana karakterlerine yer verilmiştir. İstenilen kahraman üzerine tıklanarak seçilen çizgi karakterin yer aldığı programın içeriğine uygun olarak geliştirilmiş oyun, etkinlik, video ve kliplere ulaşılmaktadır.

Bu bölümün altında ise Disney Junior Boyama Kulübü’nün bannerı yer almaktadır. Hemen altta “*Boyama Kulübü Videoları*” başlığı altında, kare kutucuklar içine sığdırılan video görselleri arasından, sağ tarafta bulunan okla ilerlenerek seçim yapılabilir. Bölümde, yine kanalın çizgi kahramanlarından oluşan boyama kâğıtlarının nasıl boyandığının canlı videoları yer almaktadır. Ana sayfada aşağı doğru ilerlendikçe bu sefer Disney Junior kahramanlarının görsellerinden oluşan boyama kâğıtlarının olduğu kutucuklar, “*Yazdırılabilir Boyama Kulübü*” başlığı altında sağa doğru uzanan oklarla ilerlenecek şekilde sıralanmıştır. Ebeveynler bu alanda bulunan görsellerin ücretsiz çıktısını alabilmektedir. Ana sayfada bu bölümün altında aynı şekilde tasarlanmış “*Etkinlik Videoları*” bölümü bulunmaktadır. Bu bölümdeki videolarda, kanalın simgesi olan Mickey Mouse kulaklı şekillerle hazırlanan karpuzların yapımı ya da çocuklar için hazırlanan doğum günü partilerinde kullanılacak eşyaların yapımı veya yine çocuk partilerinde duvara yansıtılan projektör aracılığıyla kanalın programlarının çocuklar tarafından izlenebildiği bir parti düzeni oluşturulmasına yönelik videolar bulunmaktadır. Bu alanın tamamen kanalın ve yarattığı çizgi kahramanların reklamının yapılması doğrultusunda dizayn edildiği düşünülmektedir. Aslında genel olarak sayfanın bütününde böyle bir amaç okunabilmektedir. Bu bölümün ardından ana sayfada aşağı doğru hareket edildiğinde benzer bir tasarımla “*Etkinlikler*” başlığı altında düzenlenmiş

bir alanla karşılaşmaktadır. Bu bölümde de çıktı alınabilen boyama kâğıtları, kanalın çizgi kahramanlarının kullandığı aksesuarların yapımını anlatan etkinlikler, Mickey Mouse tasarımlı keklerin nasıl yapıldığını anlatan videolar yer almaktadır. Bu alanın hemen altında ise renkli balonlarla tasarlanmış “Disney Junior Doğumgünü” başlığı ve “Küçük çocuğunuza mutlu yıllar diliyoruz” yazısının yer aldığı bir banner bulunmaktadır. Bu alan tıkladığında ise kullanıcılar <https://disneyturkiye.com.tr/sayfasina> yönlendirilmektedir. Bu sayfada Disney filmlerinin reklamının yapılmasının yanında direkt ürünlerin satıldığı “Disney Mağaza” bölümü de yer almaktadır. Ayrıca “Disney Tatiller” başlığı altında indirimli tatil olanakları hakkında bilgi verildiği ve tatil satışının yapıldığı alanlar bulunmaktadır.

Sayfanın sonuna doğru geldikçe üç farklı ana başlıkla daha karşılaşmaktadır kullanıcılar. “Yetişkinler İçin”, “Oyunlar” ve “Video” başlıklarının yer aldığı bu alanda, “Yetişkinler için” bölümü tıkladığında yine [disneyturkiye.com.tr](https://disneyturkiye.com.tr) sayfasına yönlendirilme yapıldığı görülmektedir. “Oyunlar” başlığı tıkladığında ise tüm oyunların kare kutucuklar içinde alt alta sıralandığı sayfaya geçilmektedir. Benzer şekilde “Video” başlığı tıkladığında kanalın programlarından kısa videoların ve kliplerin alt alta sıralandığı alan açılmaktadır. Sayfanın en sonundaki bölümde ise “Yardım ve Misafir Hizmetleri”, “Bizimle iletişime geçin” “Kariyer”, “İnternet güvenliği”, “Kullanım Şartları”, “Gizlilik Politikası” başlıkları yer almaktadır. TRT çocuk kanalının sayfasıyla benzer şekilde, sayfanın en sonunda kanalın Facebook, Instagram ve Youtube linkleri yer almaktadır.

Genel olarak üç kanalın içerik düzenlemesini karşılaştırmalı olarak ele alırsak, TRT Çocuk ve Baby TV’nin çocukların zihinsel, ruhsal, sosyal ve bilişsel gelişimlerini olumlu yönde etkileyen program içeriklerini, etkinlik ve oyunları ön plana çıkardığını söyleyebiliriz. Eğlenirken öğretip eğitebilmek amacı görünürdür. Ancak Disney Junior bu noktada diğer iki kanaldan farklılaşmaktadır. Program, etkinlik ve oyunların içerik tasarımları ve web sayfası tasarımında öncelikli olan; eğlence oranını artırarak ilgi çekebilmek, böylece ürün ve hizmetlerin satışının artırılmasının sağlanmasıdır.

#### 4.4. Program İçeriklerine Erişim Olanakları ve Ebeveynler İçin Özel Olarak Hazırlanmış Alanların Varlığı

Baby TV ve Disney Junior’dan farklı olarak TRT Çocuk’un web sayfasında program içeriklerinin tamamı izlenebilmektedir. Disney Junior ve Baby TV sayfalarında ise programların kısa kliplerine yer verilmekte, bütün bir program yayınlanmamaktadır. Ayrıca TRT Çocuk sayfasında yer alan “Ebeveyn” bölümü yine diğer kanallardan farklılaşmaktadır. Bu bölümde “Çocuk Gelişimi”, “Okul ve Öğrenme”, “Anne-Baba Olmak” alt başlıkları içinde ebeveynler için, uzmanlar tarafından özel olarak hazırlanmış makaleler yer almaktadır. TRT Çocuk web sayfasında yer alan anne babaların çocuk gelişimi konusunda bilgi düzeyini arttıracak ve anne-baba eğitimi konusunda önemli bilgilerin yer aldığı böyle bir bölüm, diğer iki kanalın sayfalarında mevcut bulunmamaktadır. Aynı bölümde yer alan “Faaliyetler” başlığı altında ise çocukların gelişimine yönelik ücretsiz indirilebilecek etkinlik sayfaları olmakla birlikte, bu alanda

sadece kanaldaki çizgi dizilerde yer alan ana karakterlerin olduğu boyama sayfalarının bulunduğu, farklı türde herhangi bir etkinliğe yer verilmediği görülmektedir.

Baby TV'nin sayfasında, *"Ebeveyn Etkinlikleri"* bölümünde ise *"Baby TV Stüdyo Klipleri"*, *"Ürünler"*, *"Eğlence Bölgesi"* gibi sınıflandırmalar yapılmıştır. *"Baby TV Stüdyo Klipleri"* alanında ebeveynler, kanalın çizgi karakterleriyle oluşturulan kliplere çocuklarının fotoğraflarını ekleyebilmekte ve isterlerse kanalda yayınlanması için başvurabilmektedir. Bu alanda ebeveynlere; çocuklarının fotoğraflarını kullanarak doğum günü klipleri hazırlayabilme ya da çocuğunun aya iniş yaptığı, Mona Lisa'yı boyayan bir ressam olduğu veya piyanist olarak konser verdiği eğlenceli klipler yapabileceği sunulmaktadır. Bu bölümde ayrıca interaktif kitapların, CD ve DVD'lerin olduğu ve bunlardan bir kısmının ücretsiz olarak uygulanıp oynanabildiği, bir kısmının ise Amazon üzerinden satın alınabildiği sayfalara yer verilmiştir. Mobil uygulamalara yönlendirmelerin de olduğu bölümlerde bebek ve çocuklar için ebeveynlerinin yönlendirmesiyle oynayarak öğrenebilecekleri etkinlikler yer almaktadır. Oldukça kapsamlı bir şekilde hazırlanmış olan bu alanlarda bebek ve çocukların zihinsel gelişimine yönelik önemli faaliyetler bulunmaktadır. (harflerin, sayıların, renklerin, şekillerin oyunla öğrenimi gibi) Ayrıca diğer kanallardan farklı olarak Baby TV'nin *"Şef Bebek Tarifleri"* başlığı altında bebekler için özel yemek ve pasta tariflerine yer verilmektedir. Eğlence bölgesinde aynı zamanda ebeveynlerin kanalla ilgili görüş ve düşüncelerinin yer aldığı *"Ziyaretçi Defteri"* bölümü de bulunmaktadır.

Disney Junior'ın eski sayfasında ebeveynler için hazırlanmış bir bölüm bulunmakla birlikte bu alanın içine girildiğinde, Disney Channel sayfasına yönlendirme yapıldığı görülmekteydi. Yeni düzenlenen sayfada ise *"yetişkinler için"* başlığı yer almakla birlikte yine bu bölüm tıklandığında disneyturkiye.com.tr adresine yönlendirme yapılmaktadır. Daha önce de belirtildiği gibi, ebeveynlerin yönlendirildiği bu site tamamen firmanın ürün ve hizmetlerinin tanıtım ve satışına odaklanan bir tasarımla geliştirilmiştir. Bununla birlikte *"İnternet Güvenliği"* başlığı altında ebeveynlere genel olarak internette çocuklarıyla birlikte gezinmeleri önerilmektedir. Bu bölümde detaylı olarak ebeveynlerin çocukların güvenli internet kullanımları için yapabilecekleri konusunda bilgiler verilmektedir. Böylece web sayfasında sorumluluğun ebeveynlere ait olduğunun altı çizilmektedir diyebiliriz. Bu anlamda değerlendirildiğinde TV'de yayınlanan içerik dışında hem çocuk gelişimine yönelik etkinlik ve oyunların varlığı hem de ebeveynlere yönelik sayfaların varlığı TRT Çocuk ve Baby TV internet sayfalarını ebeveynler adına Disney Junior'dan daha avantajlı kılmaktadır.

#### 4.5. Etkinlik ve Oyunlar

TRT Çocuk web sayfasının *"Oyun"* ana başlığı altında herhangi bir sınıflandırma yapılmamış ve oyun ve etkinlikler alt alta sıralanmış olarak tasarlanmıştır. Oyun içerikleri çocukların zihinsel gelişimlerini destekleyecek, bilgi düzeylerini arttıracak ve toplumsal yaşama uyumlarını sağlayacak şekilde inşa edilmiştir. Öğretici ve eğitici öğelerle biçimlendirilen oyunlarda çocuklar bazen farklı yerlerde yaşayan, farklı türlerdeki hayvanlar hakkında bilgi edinirken, bazen hava alanı gibi toplumsal

ortamlarda nasıl hareket edildiği ile ilgili oyunlarla karşılaşabilmektedir. Bulmaca kulesi gibi bulmacaların doğru yanıtlarının bulunmasıyla ilerlenebilecek oyunların yanı sıra kahvaltıyı hazırlamak, çiçekleri sulamak, oyuncakları toplamak, elleri yıkamak, açık kalmış suyu ve lambayı kapatmak gibi günlük yaşamda evde yapılan işleri eğlenceli hale getiren oyunlar da yer almaktadır. Oyunlar genellikle kanalda yayınlanan çizgi dizilerin karakterleri üzerinden inşa edilmektedir. Seçilen oyun sayfasına gidildiğinde oyunla ilgili kısa bir tanıtım metnine de yer verilmektedir. Aynı zamanda mobil uygulamaların indirilebileceği linkler de bulunmaktadır.

Baby TV sayfa tasarımında ise çok çeşitli sınıflandırma yapıldığı için pek çok farklı alandan oyun ve etkinliklere ulaşılabilir. Etkinlikler, *“Ebeveyn Etkinlikleri”* ana başlığı altında sunulmaktadır. *“Oyunlar”* butonu üzerine gelindiğinde ise *“Mobil Uygulamalar”*, *“İnteraktif Kitap”*, *“Eğlenceli Oyunlar”*, *“Etkinlik Oyunları”* şeklinde bir kategorize yapıldığı görülmektedir. Bu alan içindeki oyunlar, ziyaretçilerin hızla erişip çocuklarıyla rahatlıkla oynayabileceği şekilde kullanıma sunulmaktadır. Oyunların hepsi Baby TV programlarındaki çizgi karakterlerle inşa edilmiştir. Bebeklerin zihinsel gelişimini destekleyen, eğlenirken öğrenmelerine yönelik içerik geliştirildiği görülmektedir. Oyunlar bebeklerin renkleri, şekilleri, hayvanları, rakamları vb. öğrenmelerine yönelik içerikler sunmaktadır. Ayrıca ana sayfasının sol kısmında *“Eğlence Bölgesi”* içerikleri listelenmektedir. Bu alanda duvar kâğıdı olarak ya da boyama kâğıdı olarak bilgisayara ücretsiz şekilde indirilip çıktı alınabilecek, Baby TV çizgi kahramanlarının yer aldığı görseller bulunmaktadır.

Disney Junior'un ana sayfasında kanalın çizgi karakterlerinin yuvarlak içine alınan görselleri tıklandığında, açılan alanda bu karakterlerin ve programın niteliklerine göre hazırlanmış oyun ve etkinliklerle karşılaşmaktadır. Örneğin Mickey Mouse'lu bölümde araba yarışı oyunu varken, Doc. McStuffin'li alanda kurgulanan oyunda, katılımcı çocuklar, oyuncakları muayene edebilmektedir. Ya da Kedi Çocuk figürü tıklandığında PJ Masks kahramanlarının ve kullandıkları araçların yer aldığı hafıza kartı oyunu oynanabilmektedir. Lion Guard çizgi dizisinin ana karakteri Kion seçildiğinde ise Kion'un koşarak ödülleri topladığı bir oyunla karşılaşmaktadır kullanıcılar. Genel olarak bu bölümde çocukların eğlenceli zaman geçirmelerine yönelik oyun ve etkinliklerin yer aldığını söyleyebiliriz. Aynı zamanda kanalın ana sayfasında yer alan *“Etkinlikler”* ana başlığı tıklandığında açılan alanda bütün etkinlikler karma olarak sıralanmaktadır. Bu bölümde daha çok ücretsiz olarak çıktı alınabilecek şekilde tasarlanmış, kanalın program kahramanlarının yer aldığı boyama sayfaları yer almaktadır. Bunun dışında kanalın karakterleriyle pasta yapma tarifleri ya da iki görsel arasındaki farklılıkları bulma gibi etkinlikler sıralanmaktadır. Benzer şekilde en alt sayfadaki *“Oyunlar”* başlığı tıklandığında da bütün etkinlikler alt alta sıralanmaktadır.

#### 4.6. Reklam Yayını

Program içeriklerinde reklama yer verilmeyen bu üç kanalın web sayfasında da programların tanıtımları dışında reklamlara yer verilmemesi hem çocuklar hem de ebeveynler adına üzerinde durulması gereken önemli bir konudur. Reklamlara maruz

kalmadan içeriğe ulaşılabilir olunması bir avantaj olarak görülmektedir. Baby TV web sayfasında ebeveynlerin neden bu kanalı tercih ettiklerine ve sevdiklerine ilişkin bölümde, reklamsız, çocuk güvenli ortamın oluşturulmuş olmasına işaret edilmektedir. Ancak sitede ürün satışının yapıldığı da görülmektedir. “*Ürünler*” başlığı altında kanalın çizgi karakterlerinin yer aldığı ve ebeveynlerin kendi çocuklarının resmini ekleyebildikleri interaktif kitaplar, CD ve DVD'lere yer verilmekte ve bu alandan ürünlerin satışının yapıldığı Amazon gibi sitelere yönlendirme yapılmaktadır. Ayrıca mobil uygulamaların satın alınabileceği alanlara yönlendirme yapılmakta ve kanalın çocuk ve ebeveynler için ürettiği ürünlerinin satışı gerçekleştirilmektedir.

Disney Junior'ın eski sayfasında diğer iki kanaldan farklı olarak ana sayfada kurumun yan kuruluşlarından “Treehouse.com” sayfasına linklerin yer aldığı 10 adet banner bulunmaktaydı. Zaten sayfa içinde kurumsal reklamlarla karşılaşılabilmesine dair bilgi yer almaktadır. Sayfanın değişmesiyle birlikte artık sponsor ifadesiyle yer alan logonun tıklanmasıyla sponsor firmanın Disney ürünlerinin satışının yapıldığı sayfasına direkt link verildiği görülmüştür. Genel olarak değerlendirildiğinde, sayfanın yeniden düzenlenmesinin ve içeriğinin Disney.com'un bir uzantısı olarak verilmesinin ürün ve hizmetlerin satışına odaklı yapıldığı düşünülmektedir. Çünkü sayfanın en üstünde disney.com'un ana başlıkları da yer almakta ve “*Mağaza*”, “*Filmler*”, “*TV*”, “*Canlı Etkinlikler*”, “*Parklar*” (Disneyland), “*Daha Fazla*” bölümlerine geçilebilmektedir. Bu alanlardaki içeriğin de ürün ve hizmet satışına odaklı olduğu açıktır. Zaten mağaza alanında doğrudan Disney kahramanlarıyla hazırlanmış tekstilden oyuncağa her çeşit ürünün satışı yapılmaktadır. “*Canlı etkinlikler*” bölümünde de Disney kahramanlarının olduğu şov ve oyunların reklamları ve bilet satışları gerçekleştirilmektedir. Benzer şekilde “*Parklar*” bölümünde Disneyland biletleri satılmaktadır. Bunun yanı sıra artık sayfada gezinirken girilen her bölümde video izlenen, etkinlik gerçekleştirilen ve oyun oynanan alanın sağ tarafında “Reklam” yazısı görülmektedir. Yani farklı bir firmanın reklamına rastlanmasa da web sayfası Disney firmasının kendi reklamlarıyla tamamen kuşatılmış durumdadır. Sonuç olarak sitenin tecimsel amaçlara hizmet etmek için düzenlendiği aşikârdır.

#### 4.7. Çerez2 ve Gizlilik Politikaları

Disney Junior'ın ana sayfasında, site içinde, kontrol edilmeyen diğer sitelere bağlı olunabileceğinin unutulmaması gerektiği uyarısı yapılarak kullanıcılar gizlilik ve

2 Çerezler (Cookies), ziyaret ettiğiniz bir web sitesi tarafından bilgisayarınızda depolanan bilgilerdir. Çerezler genellikle ilgili web sitesine ait dil tercihiniz veya konumunuz gibi bilgileri saklamak için kullanılır. Böylece site, ihtiyaçlarınıza uyacak şekilde özelleştirilmiş bilgiler sunabilir. Ancak çerezler, kişisel bilgileriniz (adınız, e-posta adresiniz, telefon numaranız vb.) de dâhil olmak üzere birçok farklı bilgi de içerebilir. Birinci taraf çerezler ve üçüncü taraf çerezler olmak üzere iki tür çerez vardır: Birinci taraf çerezleri, ziyaret ettiğiniz site tarafından oluşturulur. Site, adres çubuğunda gösterilir. Üçüncü taraf çerezleri, diğer siteler tarafından oluşturulur. Bu siteler, ziyaret ettiğiniz web sayfasında gördüğünüz reklam veya resim gibi içeriğin bir kısmına sahiptir. Varsayılan olarak çerezleri saklama ve gönderme işlemleri tamamen görünmez bir şekilde gerçekleşir. Web siteleri tarafından kaydedilen çerezlere izin verebilir veya onları engelleyebilirsiniz. Fakat sitelerin çerezleri kaydetmesine izin vermezseniz oturum açmanızı gerektiren çoğu site çalışmaz.

<https://support.mozilla.org/tr/kb/cezeler-web-sitelerinin-bilgisayarinizda-depoladi> / <https://support.google.com/chrome/answer/95647?co=GENIE.Platform%3DDesktop&hl=tr>

(Erişim tarihi: 15.01.2019)



kullanım koşullarını okumaya yönlendirilmektedir. Sayfa içindeki tüm hareketlerde aynı ibareyle karşılaşılmaktadır. Sayfanın değişmesiyle, sayfanın farklı sitelere yönlendirilmesi halinde bir ebeveynle bu kararın verilmesi gerektiği uyarısı yapılmıştır. Böylece yayıncı, sorumluluğun ebeveynlere ait olduğunu açıkça ifade etmektedir. Ayrıca daha önceki sayfada “gizlilik politikası” bölümünde yer alan “*sitede, web tarama deneyimini en üst düzeye çıkarmak için çerez teknolojisi kullanıldığı*” ifadesi de sayfadan kaldırılmıştır. Baby TV ana sayfanın alt bölümünde ise verilen hizmetin geliştirilmesi ve web sitesindeki tercihlerin hatırlanabilmesi için birinci ve üçüncü taraf çerezlerin kullanıldığı uyarısı yapılarak site kullanıldığında bu çerez kullanımının kabul edilmiş olduğu belirtilmekte ve ayrıntılı bilgi için kullanıcılar çerez politikalarının yer aldığı bölüme yönlendirilmektedir. TRT Çocuk sitesinin ana sayfasında ise çerez kullanımı ile ilgili olarak herhangi bir ibareye yer verilmemektedir. Bununla birlikte TRT Çocuk sitesinin ana sayfanın sonunda, sitede kullanılan logolar, görsel ve yazılı içeriğin tüm haklarının saklı olduğu ve bu içeriklerin izinsiz olarak alınması, kopyalanması ve değiştirilmesinin yasak olduğu belirtilerek kullanıcılar gizlilik koşullarının olduğu sayfaya yönlendirilmektedirler. Site içinde ziyaret edilen her sayfada aynı ibareyle karşılaşılmaktadır. TRT Çocuk sitesinde diğer sitelerden farklı olarak böyle bir uyarı ibaresinin yer almasının kanalda yayınlanan program içeriğinin tamamının web sitesinde ulaşılabilir olmasından kaynaklandığı düşünülmektedir. Diğer iki sitede içerik sınırlı düzeyde paylaşılmaktadır.

Disney Junior’un daha önce incelenen sitesinde “*Gizlilik Politikaları*” alanında, ziyaretçilerin kimlik, kullanıcı adı, adres, posta kodu, telefon numarası, e-posta adresi, medeni durumu, gelir düzeyi, eğitim durumu, niyet ve tercihleri ile görüşler gibi kişisel bilgilerin toplandığı belirtilmekteydi. Bu kişisel bilgilerin sadece söz konusu bireyin gönüllü olarak sağladığı yerlerde toplandığı bilgisi de verilmekteydi. Ayrıca ürün ve hizmetler sunmak, yarışmalar ve özel etkinlikler düzenlemek, kullanıcı tercihlerini daha iyi anlamak ve ürünlerini ve hizmetlerini pazarlamak için kişisel bilgilerin toplandığı belirtilmekteydi. “*Disney Junior, ana şirketi ve bağlı kuruluşu ile holding şirketleri ve söz konusu diğer üçüncü taraflara toplu bilgileri kullanma, sürdürme, güncelleme, ifşa etme ve / veya satma hakkını saklı tutar.*” İbaresinde de bu alanda yer almaktaydı. Ancak üçüncü taraf hizmet sağlayıcıların kişisel bilgilerin gizliliğini korumak için sözleşmeyle bağlandığı ve elde edilen kişisel bilgilerin başka herhangi bir amaçla kullanılmasının yasak olduğunun da altı çizilmekteydi. Sayfanın değişimiyle birlikte bu detaylı bilgilendirme yerine; üçüncü taraf bir site veya platformda sitedeki uygulamalar aracılığıyla bilgi verildiğinde, sağlanan bilgilerin üçüncü taraf site veya platformlar tarafından ayrı olarak toplanabileceğinin unutulmaması gerektiği uyarısı yer almaktadır. Üçüncü taraf sitenin veya platformun topladığı bilgilerin üçüncü taraf sitenin veya platformun gizlilik uygulamalarına tabi olduğu da belirtilmektedir. Böylece bu sefer de sorumluluk bağlanan diğer site ve uygulamalara devredilmektedir. Ayrıca sitenin değişiminden önceki açıklamalarda olduğu gibi hangi bilgilerin toplandığına dair ya da çerez uygulamalarına dair herhangi bir bilgi yer almamaktadır.

Baby TV web sayfasında “*Gizlilik Politikası Web-Yeni Kurumsal Politikalar ve Prosedürler*” butonu içinde, bu politikaların detaylı olarak ortaya konulduğu kapsamlı



bir tablo bulunmaktadır. Bu alanda Baby TV web sayfasında, çocukları da kapsayacak şekilde tüm kullanıcılardan bilgi toplandığı ifade edilmektedir. Çocukların kayıtlı verilerinin, adlarının, fotoğraflarının, doğum günlerinin ve ülkelerinin ebeveynlerin şirket hizmetlerine kaydolmak için kullandıkları ad, soyadı, e- posta adresi, cinsiyet, ülkeler, posta kodları, doğum tarihleri gibi kullanıcı bilgilerinin ve izin verilmesi halinde kullanıcıların sosyal medya verilerinin kaydedildiği belirtilmektedir. Bu verilerin toplanmasının amacının, kullanıcılara şirket hizmetlerinin sağlanması olduğu dile getirilmektedir. Bununla birlikte ödeme hizmeti sağlayıcısından ebeveyn veya çocukları ile ilgili finansal bilgi toplanmadığı da eklenmektedir. Kullanıcılardan toplanan bilgilerin kayıt altına alınmamasının, Baby TV hizmetlerinin sunulmasının imkansızlaştıracağına da altı çizilmektedir. Aynı zamanda Baby TV’de toplanan kişisel verilerin kayıp, hırsızlık ve yetkisiz kullanım, açıklama ve değişikliklere karşı korumak için tasarlanmış uygun idari, teknik ve fiziksel önlemleri uygulamaya konulduğu da üzerinde durulan konular arasındadır. Bununla birlikte ebeveynlerin ve çocuklarının kişisel verilerinin Amerika Birleşik Devletleri dâhil olmak üzere Avrupa Ekonomik Alanı’nın içinde veya dışında başka ülkelere aktarılabilmesi de ifade edilmektedir. Baby TV’nin yürürlükteki yasalara uymak için bu gizlilik politikasını değiştirebileceği veya güncelleyebileceği de eklenmektedir. Ana sayfanın en sonunda ise, *“şirketin her hakkının saklı olduğu ve web sitesinin kullanımı halinde kullanım koşulları ve gizlilik politikasının kabul edilmiş olduğu”* ibaresi yer almaktadır.

TRT Çocuk web sayfasının *“Gizlilik Koşulları”* içinde ise üye ve kullanıcıların kendisinden istendiği takdirde, kimlik bilgileri, telefon bilgileri, tebligat adresi, yazışma adresi, e-posta, telefon, IP numarası gibi her türlü bilgiyi gerçeğe uygun bir şekilde vermek yükümlülüğünde olduğu belirtilmektedir. Sisteme bağlanan kullanıcıların IP adresleri web sitesi kayıtlarında bağlantı tarihi, saati ve sistemden istenen adres ve/veya sayfalar bazına kaydedildiği; ancak bu bilgilerin, gerek sistem güvenliği, gerekse olası kullanıcı problemlerinin çözümünde anahtar bilgiler olduğu ve kullanıcı kişisel bilgileriyle ilişkili olmadığı ifade edilerek kural olarak site ve üye ve kullanıcılar arasındaki her türlü yazışmanın, kişisel bilgilerin vs. sır niteliğinde olduğu ve ifşa edilemeyeceğinin altı çizilmektedir. Üyeler tarafından verilen bilgiler üçüncü kişi ya da kişilere verilemez, üçüncü kişilerle paylaşılmaz ve kullanılmaz. Bütün kullanıcı hesapları şifre ile korunmaktadır ifadeleri yer almaktadır. Ayrıca web sitesi üzerinden yürütülen tüm faaliyetlerin, reşit kişilerce yapılması gereken işlem ve faaliyetlerin ancak kanunen reşit sayılan 18 yaşını doldurmuş kişiler tarafından yapılabileceği, reşit olmayan kişilerin ancak yasal temsilcileri aracılığıyla işlem yapabileceği, aksi halde [www.trtcocuk.net.tr](http://www.trtcocuk.net.tr) ve yöneticilerinin bir sorumluluğu olmayacağı belirtilmektedir. Bununla birlikte kanalın çerez politikaları ile ilgili herhangi bir açıklama ya da bilgilendirme yapılmamaktadır.

## Sonuç ve Öneriler

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki yeniliklerin, enformasyona, bilgi ve eğlenceye ulaşma konusunda yaşamımıza kattığı kolaylık ve avantajların yanı sıra olumsuz yanları da göz önünde bulundurulmak durumundadır. Kitle iletişimi alanındaki akademik çalışmalarda bu olumlu ve olumsuz yanların ortaya konularak çözüm önerileri geliştirilmesinin, hem

kullanıcıların hem de içerik üreticilerinin yaklaşımlarını etkilediği düşünülmektedir. Özellikle kendi bilinçli tercihlerini yapamayacak ve ebeveynleri/toplum tarafından korunması gereken çocuklar söz konusu olduğunda, bu inovasyon çalışmalarına bakış biçimi çok daha fazla önem kazanmaktadır. Televizyonun ve bugün gelinen noktada yeni medyanın, hem bizim hem de çocuklarımızın yaşamına güçlü etkilerinin olduğu şüphesizdir. Bu iletişim araçlarının olumsuz etkileri konusunda bilinçli bir tutum sergileyip çocuklarımızın gelişimine katkı sağlayan yönlerini kullanmanın yolları üzerine düşünmek önemlidir. Çünkü ebeveynlerin hayatının merkezinde konumlanan bu araçlardan artık çocukları tamamıyla uzak tutmak mümkün görünmemektedir.

Bugün geldiğimiz noktada televizyon gibi geleneksel olarak nitelendirilen kitle iletişim araçları da yeni teknolojilerin sunduğu olanaklardan yararlanarak yayın ve kitlelere ulaşma biçimlerini revize etmiştir. Bu bağlamda çalışmamızda ele alınan çocuk kanalları hem içerikleri hem de yeni medyada varoluş biçimleriyle incelenmiştir. Yapılan çalışma sonucunda, yeni nesil içerik üretiminde, özellikle küçük yaş grubundaki çocuklar için geliştirilen içeriklerde, toplumsal duyarlılıkların gözetildiği düşünülmekle birlikte, bu gözetme halinin yine tüketime odaklandığı gözlenmektedir. Meselenin temelinde tecimsel bilinç bulunmaktadır. Bu bağlamda özellikle okul öncesi dönemde olan küçük yaş grubuna yönelik yayın yapan tematik kanalların içeriklerini incelediğimizde, ebeveyn duyarlılıklarını dikkate alan bir yayın politikası geliştirilmeye başlandığı; şiddet içeriğinin azaltıldığı; cinsiyetçi ve ayrımcı söylemde değişimin yaşandığı; daha çok çocukların bilişsel, ruhsal, sosyal ve duygusal gelişimini destekleyen yayınların üretildiği bir anlayışın benimsendiği görülmektedir. Ancak olumlayarak ifade edeceğimiz bütün bu değişim belirtilerinin, sonunda yine aslanan amaca hizmet etmek için düzenlendiği gerçeğinin de altını çizmemiz gerekmektedir. Teknokapitalist sistemin bir parçası olan televizyon kanallarının birçoğu, temelde daha çok para kazanabilmek hedefine odaklanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda, incelenen kanallardaki program üretimi sürecinde, çocukların izleme eylemini kontrol edebilme konumunda olan ebeveynlerin duyarlılıkları dikkate alınarak, şiddet öğeleri ya da cinsiyetçi söylemi azaltılmış yapımlar geliştirilmektedir. Böylece ebeveynler iç rahatlığı ve huzuruyla, vicdan azabı duymadan çocuklarını bu kanalların anlatılarına, söylemlerine teslim edebilmektedir. Çocuk kanallarında yayınlanan programları izleyen ve karakterlerle özdeşim kuran her çocuk, aynı zamanda büyük bir pazarın tüketici müşterileri olarak konumlandırılmaktadır. Bu karakterlerin oyuncakları, her türlü kırtasiye ve tekstil ürünü ve akla gelebilecek her çeşit tüketim malzemesinin pazarlanmasında, çocukların araçsallaştırıldığı görülmektedir. Yeni iletişim teknolojileri vasıtasıyla bu ürünlerin ve genel olarak tüketim alışkanlıklarının hızla yayılarak sürdürülmesi sağlanmaktadır. Bugün bu kanalların ürettiği programlar, aynı zamanda web sayfasında, tablet ve telefon uygulamalarında ya da Youtube, Facebook, Instagram gibi sosyal medya uygulamalarında, etkinlikler, oyunlar, farklı tasarımlarla geliştirilmiş ürünler olarak dört bir yandan çocukları kuşatarak hipnotize etme düzeyinde istenilen davranışı (tüketmek) gerçekleştirmeye yönlendirmektedir.

İçeriğin sınıflandırılması konusunda değerlendirdiğimizde Baby TV'nin kurumsal web sayfasının çeşitlendirilmiş ve genişletilmiş sınıflandırmalarla çok daha kapsamlı bir

içeriği ziyaretçilerin kullanımına sunduğu görülmektedir. Bu detaylı sınıflandırma, ailelerin web sayfasının içeriğini istedikleri doğrultuda kullanabilmeleri için avantaj sağlamaktadır. Programlar aynı zamanda saatlerine göre de sınıflandırılmıştır. Bu uygulama özellikle bebeklik döneminde çocukların belli aktiviteleri genellikle belli saatlerde yaptığı düşünüldüğünde ebeveynler için kullanışlı bir uygulama olarak görülmektedir. Ancak başlı başına bebeklik döneminde televizyon izlenmemesi gerektiği yönündeki akademik çalışmalar düşünüldüğünde, bu olumlu çağrışımlar, ebeveynler üzerinde, bebeklerini de ekran karşısındaki alıcılar yapma konusunda, normalleştirici bir etki yaratmaktadır. Kanalın içeriğinde bebekler/çocuklar için zararlı bir yayın barındırmaması, hatta gelişimlerini olumlu yönde destekleyecek içerikle donatılması, en azından iki yaşına kadar bebeklerin ekran karşısında konumlandırılmamaları gerektiği bilgisini artık silikleştirmektedir diyebiliriz.

TRT Çocuk kanalının web sayfasındaki içerik biçimlendirmesini incelediğimizde programların yaş gruplarına göre sınıflandırıldığı görülmektedir. TRT Çocuk web sayfasının diğer sayfalardan ayrılan ve öne çıkan bölümü ise “Ebeveyn” bölümüdür. “Çocuk Gelişimi”, “Okul ve Öğrenme”, “Anne-Baba Olmak”, “Faaliyetler” alt başlıklarının yer aldığı bu bölümde, diğer kanalların web sayfalarından farklı olarak ebeveynlerin bilgi edinmeleri için alanında uzman kişilerin belirlenen konularla ilgili makalelerine yer verilmektedir. Metinsel bağlamda siteleri karşılaştırdığımızda da TRT Çocuk sayfasının diğer kanalların site içeriğine göre çok daha fazla metin barındırdığı görülmektedir. Diğer iki kanalın sayfasında program ve oyunlar için tanıtım metinleri bulunmazken TRT Çocuk, her program ve oyunun tanıtıldığı kısa metinler içermektedir. Baby TV ve Disney Junior web sayfaları ise daha çok görseller ve videolar üzerinden inşa edilmiştir. TRT Çocuk kanalının kamu yayını yapması nedeniyle bilgilendirme metinlerine diğer kanallara oranla daha çok yer ayırdığı düşünülmektedir.

Disney Junior sayfasının ise diğer iki kanalın sayfa yapılanmasından çok farklı bir içerik geliştirerek daha çok kanalın kendi reklamının yapılmasına ve Disney firmasının ürün ve hizmet satışına odaklanan bir tasarım geliştirdiği açıkça görülmektedir. Özellikle ilk incelemede bakılan <https://www.disneyjunior.ca/> sayfasından farklı olarak yeni düzenlemeyle geliştirilen <http://disneyjunior.disney.com.au/> 'da bu yaklaşım netleşmektedir. Öyle ki çocuklarıyla birlikte Disney Junior'un programlarını web sayfası üzerinden takip etmek, etkinliklerini gerçekleştirmek ya da oyunlarını oynamak isteyen kullanıcılar, yeni düzenlenen sayfa ve içerik yapısıyla, daha çok Disney ürün ve hizmetlerinin satışına odaklanan bir sayfayla karşı karşıya kalmaktadırlar. Daha önce kanalın aktif olarak kullandığı web sayfasının tasarımında da kullanıcıları tecimsel amaçların uygulanması için yönlendiren alanların varlığı söz konusu olsa da, bu denli açık ve alenen pazarlamanın ve satışın yapıldığı bir sayfa olmadığı söylenebilir. Sayfa değişikliğinin ve yeni sayfa üzerinde yapılan düzenlemenin hepsi, tecimsel amacı gözler önüne serecek şekilde dizayn edilmiştir.

Bununla birlikte incelenen üç televizyonun ve internet sitelerinin kendi yayınlarının reklamı dışında reklam içermemesi olumlu ve önemli bir sonuç olarak görülmektedir. Reklamların çocuklar üzerindeki olumsuz etkileri üzerine sayısız akademik ve

sosyal çalışma yapılmıştır. Bu reklamlar, büyük oranda çocukların tüketim kültürünü benimsemesine neden olurken aynı zamanda çocukların ruhsal sağlığını olumsuz yönde etkileyecek öğeler de içerebilmektedir. Üstelik ebeveynlerin yeni medya ortamlarında çocuklarını reklamlara maruz kalmaktan korumaları geleneksel kitle iletişim araçlarına göre çok daha zordur. Bu bağlamda çocuk kanallarının reklamsız yayın yapması önemlidir. Elbette *“Minika Çocuk”*, *“Planet Çocuk”* gibi hala program aralarında reklam yayınlayan kanalların varlığını sürdürdüğünü de belirtmemiz gerekmektedir. Ancak bu noktada üzerinde durulması gereken temel konu, burada incelenen televizyonlar da dâhil olmak üzere tüm tematik çocuk kanallarında, reklam içeriği olsun ya da olmasın, var olan programların kendilerinin, çocukların, tüketim kültürünün pastasından büyük bir dilim gibi firmalara sunulmasının araçları olarak kullanıldığıdır. Bugün bu kanallarda yayınlanan programların çocuklar tarafından çok sevilen karakterlerinden yapılan ürünler, içinde çocuk olan hemen hemen her eve girmiş durumdadır.

Söz konusu olan yeni medya olduğunda dikkatle üzerinde durulması gereken bir diğer konu, bu alanlarda bırakılan verilerin kaydediliyor olmasıdır. Bu bağlamda incelenen üç sitede de hem anne-babaların hem de çocukların kişisel bilgilerinin ve varsa sosyal medyalarındaki görüntü ve daha pek çok detayın, ilgi alanlarının, beğenilerinin vb. kayıt altına alınıyor olması, hizmet kalitesini arttırmak için ifadeleriyle süslense de problemleri bir durumdur. Genel olarak yeni medya araçlarının yapısal niteliklerine bağlı olan bu durum, yeni medyanın hem yetişkinler hem de çocuklar tarafından daha bilinçli kullanılması ve gereken önlemlerin alınması konusundaki zorunluluğu gündeme getirmektedir.

Genel olarak çalışmada varılan temel sonuç, televizyon ve yeni medya içeriklerinin çocuklar tarafından kullanımının ebeveynlerin kontrolünde olması gerekliliğidir. Elbette toplumun tüm kesimleri, bugünün çocukları yarınlarmızı şekillendireceği için, sorumlu bir tutum sergilemelidir. Yayıncılar özellikle çocuklara hitap eden içerikleri, çocuk gelişim uzmanlarının, pedagogların danışmanlığında oluşturmalı, kurumun çıkarlarının yanı sıra toplumun çıkarlarını da gözetebilmelidir. Sosyal bilimciler ve diğer akademik çevreler, bu yayınlara eleştirel bakmayı sürdürerek çocuklar ve toplum için daha iyisini talep etmelidir. Eğitim kurumları ise medya okuryazarlığı konusunda kapsamlı çalışmalar yaparak çocukların bilinçlenmesine katkı sağlamalıdır. Elbette anne-babalar da seçici olmalı ve kontrollü olarak çocukların televizyon ve yeni medya araçlarını kullanma sürelerini sınırlandırmalıdır. Bunun yanı sıra ergenlik dönemlerinde doğru tercihler yapılabilmesi için, bu mecraların nasıl verimli ve yararlı kullanılabileceği konusunda çocuklar bilinçlendirilmelidir. Bütün bu bağlamlar ışığında yapılması gerekenler ile ilgili öneriler aşağıda sıralanmaktadır.

Dijital teknolojilerin ve yeni medya seçeneklerinin çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerini en aza indirmek için yapılması gerekenler ile ilgili öneriler:

- Dijital teknolojilerin kullanılması davranışının, internet kullanımının belirli sürelerle sınırlandırılması
- İçeriğin çocukların kullanımından önce ebeveynler tarafından kontrol edilmesi

ve zihinsel, ruhsal ve duygusal gelişimlerini destekleyecek ve olumlu yönde etkileyecek içeriklerin tercih edilmesi

- Çocuğun ebeveyn kontrolünde dijital içerikle karşı karşıya gelmesinin sağlanması, özellikle okul öncesi dönemde çocuğun bilgisayar, telefon ve tabletleri tek başlarına gözetimsiz olarak kullanmalarına izin verilmemesi
  - Kullanım sırasında doğru yönlendirme yapılarak olumsuz etkilerden çocuğun korunması
  - Telefon ve tabletlerin ve çocuklar için hazırlanan içeriklerin çocuklara bir ödüllmüş gibi sunulmaması
  - Ebeveynlerin meşgul olduğu zamanlarda çocuğun bu araçlardaki içeriğe tek başına maruz kalmasına izin verilmemesi, bu süreçte çocuk için farklı etkinlik ve oyunların teşvik edilmesi
  - Telefon ve tabletlere çocuklar için özel olarak hazırlanan uygulamalar indirilirken onların zihinsel, ruhsal, duygusal ve bilişsel gelişimini olumsuz yönde etkileyecek içerikleri barındıran uygulamaların indirilmemesine özen gösterilmesi
  - Çocuklara özellikle bebeklik döneminden itibaren telefon, tablet önünde yemek yeme alışkanlığının kazandırılmaması
  - Çocuğa izlemesi ya da uygulaması için açılan program veya oyun bittiğinde cihazın kapatılması
  - Okul öncesi yaş grubunda da olsa çocukların ebeveynleri tarafından dijital medyada karşılaşılabilecekleri zararlı içerik konusunda uygun bir dille bilgilendirilmesi
  - Ebeveynlerin kendilerinin dijital medyayı doğru kullanım alışkanlıkları geliştirerek çocukları için iyi birer örnek olmaya çalışmaları.
- Aslında konunun temelinde hem ebeveynlerin hem de çocukların iyi birer medya okuryazarı olması gerekliliği bulunmaktadır. Siber zorbalığa işaret eden Medya Okuryazarlığı Derneği'nin verilerine göre, Türkiye'deki internet kullanıcılarının %32'si çocuklarının siber zorbalık kurbanı olabileceğinden korkmaktadır. Bu bağlamda dernek konuyla ilgili anne babalara bazı öneriler sunmaktadır:
- Anne babaların çocuklarına başkalarını küçük düşürecek şeyler söylememeleri gerektiğini öğretmesi
  - Çocuklara siber zorbalığın ne olduğu hakkında bilgi verilmesi
  - Çocukların elinden cihazı almak yerine, ona temel güvenlik ve gizlilik kurallarının öğretilmesi
  - Çocukların internet kullanımını takip edebilmek için ebeveyn denetimli güvenlik yazılımlarından faydalanılması (Medya Okuryazarlığı Derneği, 2017).

### Çocuklar İçin Güvenli ve Zararlı Medya İçerikleri Nasıl Seçilebilir?

Dijital teknolojilerin kullanımı sürecinde bugün gelinen noktada artık bu teknolojiler, çocukların eğitim-öğretim hayatında da aktif olarak kullanılmaktadır. Teknolojinin

sunduğu olanakları hiçe sayıp İnterneti, tablet ve telefonu tamamen yasaklamak yerine seçilen faydalı program ve uygulamalar ile belli bir süre sınırı koyarak teknolojik aletlerin, ebeveynlerin gözetiminde, çocuklar tarafından bilinçli kullanımı sağlanabilir. Bu noktada çocuklar için güvenli ve zararlı medya içeriklerinin nasıl belirlenebileceği önem kazanmaktadır.

- Program, video ve uygulamaların hangi yaş gurubu için uygun olduğu bilgisi önemlidir, mobil uygulamalarda yaşa göre listeleme seçeneği bulunmaktadır.
- Artık internet sayfalarının ve mobil uygulamaların hemen hemen hepsinde rehber, galeri, konum gibi kişisel bilgilerinize ulaşmak için izin istenmektedir. Ancak bazı kötü amaçlı uygulamalar bu bilgileri üçüncü şahıslarla paylaşabilmektedir. Mümkün olduğunca bu uygulamaları kullanmamak ya da bu isteklerin reddedilmesi çocukların güvenliği için önemlidir.
- İnternetin kullanıldığı dijital cihaza anti virüs programının kurulması ve aktifleştirilmesi, çocukların zararlı içeriklere maruz kalmasının önüne geçebilmek için gerekli olan yaklaşımlar arasındadır.
- Reklam içeriğinin kontrol edilebilmesi de önemli bir faktördür, çünkü izlenen ya da uygulanan içerik çocuklar için uygun olsa da reklamlar ve bu reklamların yönlendirdiği web siteleri zararlı ve olumsuz içerikler barındırabilir.
- Dijital oyunların bazıları, çocuklara uygun olmadığı için, gelişimlerini olumsuz etkileyebilir, bu nedenle çocukların oynayacağı oyunlar seçilirken ya da denetlenirken çok dikkatli olunması gerekmektedir. Bunun en etkin yolu da şüphesiz çocuklardan önce ebeveynlerin oyunları sonuna kadar tecrübe edip çocuklar için uygun olduğuna kanaat getirdikten sonra çocuğun oynamasına izin verilmesidir.
- Program içeriklerinin evrensel insani değerleri benimseyen bir anlayışla inşa edilip edilmediğine dikkat edilmesi önemli bir faktördür.
- Çocuklar çoğu zaman kahramanları kendilerine rol model edindikleri için program içeriklerindeki kahramanların temsil ettiği değerlerin olumlu nitelikler taşıması önemlidir.
- Şiddet öğeleri içeren, ırkçı, cinsiyetçi, nefret söylemleri içeren yayınlardan çocukların korunması gerekmektedir.
- Genel olarak çocukların ruhsal, zihinsel ve sosyal gelişimlerini olumlu yönde etkileyecek içerikler tercih edilmelidir.

### Kaynakça

- Atila, M. (2017). *TV - Dijital Oyunlar - Videolar Okul Öncesi Çocuğun Dil Gelişimini Nasıl Etkiliyor?*. 29 Mayıs 2018 tarihinde <http://www.trtcocuk.net.tr/ebeveyn/cocuk-gelisimi/tv-dijital-oyunlar-videolar-okul-oncesi-cocugun-dil-gelisimini-nasil-etkiliyor> adresinden edinilmiştir.
- Bagdikian, B. H. (2016). *Yeni Medya Tekeli*. (Çev. E. Eminel), Ankara: Akılcıçelen Kitaplar.
- Baby TV kurumsal web sayfası.7 Mayıs 2018 – 5 Haziran 2018 ve 24 Aralık 2018 - 11 Ocak 2019 tarihleri arasında <https://www.babytv.com/> adresinden erişilmiştir.

- Başbakanlık (2008). İnternet Kullanımı ve Aile. Ankara: T.C. Başbakanlık Aile ve Sosyal Araştırmalar Genel Müdürlüğü.
- Binark, M. (2007). *Yeni Medya Çalışmalarında Yeni Sorular ve Yöntem Sorunu*. Ankara: Dipnot Yayınları.
- Binark, M. ve Bayraktutan, G. (2013). *Ayın Karanlık Yüzü Yeni Medya ve Etik*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.
- Disney Junior kurumsal web sayfası. 7 Mayıs 2018 – 5 Haziran 2018 ve 24 Aralık 2018 - 11 Ocak 2019 tarihleri arasında <https://www.disneyjunior.ca/> adresinden erişilmiştir.
- Disney Junior 2. kurumsal web sayfası. 24 Aralık 2018 – 11 Ocak 2019 tarihleri arasında <http://disneyjunior.disney.com.au/> adresinden erişilmiştir.
- Erdemir, G. F. (2014). *Televizyon İmgesine Sinema Perdesinden Bakmak*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Esslin, M. (2001). *Televizyon Çağı*. (Çev. M. Çiftkaya), İstanbul: Pınar Yayınları.
- Kellner, D. (2013). *Medya Gösterisi*. (Çev. Z. S. Doğruer), İstanbul: Açılım Kitap.
- Kuran, E. (2018). *Telgraftan Tablete, Türkiye'nin 5 Kuşağına Bakış*. İstanbul: Destek Yayınları.
- Kılıç, A. O. (2017). *1-60 Ay Arası Çocuklarda Mobil Medya Cihazı Kullanımı*. T.C. Sağlık Bakanlığı Türkiye Kamu Hastaneleri Kurumu Uzmanlık Tezi.
- Medya Okuryazarlığı Derneği (2019). *Türkiye'deki internet kullanıcıları siber zorbalık hakkında ne düşünüyor?*. 17 Nisan 2019 tarihinde <https://medyaokuryazarligi.org/turkiyedeki-internet-kullanicilari-siber-zorbalik-hakkinda-ne-dusunuyor/> adresinden edinilmiştir.
- Merdin, E. (2017). *Young Children's Electronic Media Use And Parental Mediation*. A Thesis Submitted to the Graduate School of Social Sciences of Middle East Technical University.
- McLuhan, M. (2005). *Yaradığımız Medya*. (Çev. Ü. Oskay), Ankara: MK Yayıncılık.
- Mora, N. (2011). *Medya Çalışmaları Medya Pedagojisi ve Küresel İletişim*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Olkun, E. O. (2014). *Haber ve Güven, Sosyal Algılamada Medya Haberlerinin Güvenirliliği*. Anrara: Literatürk Akademia Yayınları.
- Postman, N. (2017). *Televizyon: Öldüren Eğlence, Gösteri Çağında Kamusal Söylem*. (Çev. O. Akınhay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları. 7. Basım.
- TRT Çocuk kurumsal web sayfası. 7 Mayıs 2018 – 5 Haziran 2018 ve 24 Aralık 2018 – 11 Ocak 2019 tarihleri arasında <http://www.trtcocuk.net.tr/> adresinden erişilmiştir.