

**T.C.
Marmara Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
İlköğretim Anabilim Dalı
Okul Öncesi Öğretmenliği Bilim Dalı**

**OKUL ÖNCESİ EĞİTİM KURUMUNA DEVAM EDEN 60–72 AYLIK
ÇOCUKLAR VE ANNELERİNİN TELEVİZYONDAKİ ÇİZGİ
FİLMER İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ
(BATMAN İLİ ÖRNEĞİ)**

**Uğur METE
(Yüksek Lisans Tezi)**

İstanbul, 2014

**T.C.
Marmara Üniversitesi
Eğitim Bilimleri Enstitüsü
İlköğretim Anabilim Dalı
Okul Öncesi Öğretmenliği Bilim Dalı**

**OKUL ÖNCESİ EĞİTİM KURUMUNA DEVAM EDEN 60–72 AYLIK
ÇOCUKLAR VE ANNELERİNİN TELEVİZYONDAKİ ÇİZGİ
FİLMER İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ
(BATMAN İLİ ÖRNEĞİ)**

Uğur METE

(Yüksek Lisans Tezi)

Danışman

Yrd. Doç. Dr. Oya RAMAZAN

İstanbul, 2014

**Tüm kullanım hakları
M.Ü. Eğitim Bilimleri Enstitüsü'ne aittir. © 2014**

ONAY

Uğur METE tarafından “Okul Öncesi Eğitim Kurumuna devam eden 60-72 Aylık Çocuklar ve Annelerinin Televizyondaki Çizgi Filmler İle İlgili Görüşlerinin İncelenmesi” başlıklı çalışma 02.07.2014 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda jüri tarafından başarılı bulunmuş ve yüksek lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

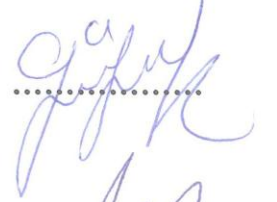
Adı-Soyadı

İmza

TEZ DANIŞMANI Yrd. Doç. Dr. Oya RAMAZAN



JÜRİ ÜYESİ Doç. Dr. Gülden UYANIK BALAT



JÜRİ ÜYESİ Yrd. Doç. Dr. Müge YUKAY YÜKSEL



ÖZGEÇMİŞ

- 2010 Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Okul Öncesi Öğretmenliği Anabilim Dalı, mezunu
- 2010 Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İlköğretim Anabilim Dalı Okul Öncesi Öğretmenliği Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programına giriş
- 2011 Milli Eğitim Bakanlığı Batman İli Merkez Sevgi Anaokulu, Okul Öncesi Öğretmeni
- 2013 Milli Eğitim Bakanlığı İstanbul İli Ataşehir İlçesi Cemile Besler İlkokulu, Okul Öncesi Öğretmeni

İLETİŞİM BİLGİLERİ

Görev Yaptığı Kurum	Milli Eğitim Bakanlığı İstanbul İli Ataşehir İlçesi Cemile Besler İlkokulu, Okul Öncesi Öğretmeni
Ünvanı	Okul Öncesi Öğretmeni
E-Posta	meteugur34@gmail.com

ÖNSÖZ

Bu çalışmanın başlangıcından neticelendirilmesine kadar geçen zaman içinde aydınlatıcı fikirleriyle beni yönlendiren desteğini hissettiğim ve bilimsel birikimlerinden faydalandığım tez danışmanım ve kıymetli hocam Yrd. Doç. Dr. Oya Ramazan'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Tezimin, istatistiksel analizlerini gerçekleştirmemde desteğini esirgemeyen, tecrübeleriyle bana yardımcı olan Araş. Gör. Türker Sezer'e çok teşekkür ederim. Araş. Gör. Elif Yılmaz ve Araş. Gör. Ezgi Akşin'e destekleri için teşekkürler.

Araştırmaya katılan çocuklara ve onların annelerine ayrıca araştırmanın uygulandığı okullardaki yöneticilere ve meslektaşlarıma verilerin toplanmasına yardım ederek araştırmaya sağladıkları katkıdan dolayı teşekkür ederim.

Hayatım boyunca desteklerini hep hissettiğim aileme sonsuz teşekkürler.

ÖZET

Bu araştırmada okul öncesi dönem çocukları ve annelerinin çizgi film ile ilgili görüşlerinin incelenmesi amaçlanmıştır. Tarama modelindeki bu araştırma nitel desene uygun olarak planlanmış ve yürütülmüştür. Araştırmanın çalışma gurubunu, Batman il merkezinde bulunan Milli Eğitim Bakanlığı'na bağlı bağımsız anaokullarına devam eden, tesadüfi oransız örneklem yöntemiyle seçilen 60-72 aylık çocuklar ve anneleri oluşturmuştur.

Araştırmada veri toplamak için çocuklar ve anneleri ile yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Nitel çalışma olması nedeniyle sorulara verilen yanıtların frekansı hesaplanmıştır.

Araştırma bulgularına göre: Anneler çocuklarının günde 2-4 saat çizgi film izlediğini söylemiştir. Çocukların çizgi filmi en fazla evde izlediği, her zaman biriyle izlediği ve bu kişilerin aile-akrabadan birileri olduğu bulunmuştur.

Erkek çocukların en çok Caillou, Pepee ve Keloğlan; kız çocukların ise en çok Winx Club, Caillou ve Voltran çizgi filmlerini izlediği saptanmıştır. Anneler de çocuklarının en severek izlediği çizgi filmlerin hangileri olduğunu bilmişlerdir. Erkek çocuklarda bu çizgi filmleri sevme nedeni olarak en çok 'çizgi filmdeki arkadaşlığı ve aksiyonu sevme'; kız çocuklarında ise 'çizgi filmdeki aile ilişkisini sevme' öne çıkmıştır. Erkek ve kız çocukları çizgi filmde en az sevdikleri şeyin kahramanının resim yapması olduğunu ifade etmişlerdir.

Çocuklar çizgi filmi izlememe halinde mutlu olmayacaklarını ve bir şey öğrenemeyeceklerini belirtmişlerdir. Çocukların çizgi filmlerde gördüklerine oyunlarında yer verdikleri sonucuna ulaşılmıştır. Çocukların büyük bir kısmı çizgi film kahramanının oyuncuğına sahip olmadığını belirtirken, annelere göre ise çocukları çizgi film karakterlerinin oyuncaklarına sahiptir.

Araştırmanın sonuçları ilgili literatür kapsamında tartişılmış, araştırmacılara ve ailelere yönelik önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Çizgi film, TV izleme, Okul Öncesi Eğitim

ABSTRACT

The aim of this study was to examine the views of preschool children and their mothers on cartoons. This screening model study was planned and conducted through qualitative approach. The study group consisted of the mothers and their 60-72 months old children who attended public independent preschools of Ministry of Education in Batman city selected by random sampling.

For data collection, semi-structured interviews were conducted with the children and their mothers. The frequency of the answers to the questions was calculated.

According to the study results, the mothers stated that their children watch cartoons 2-4 hours daily. It was found that the children watch cartoons mostly at home and always with someone from family or relatives.

It was determined that boys watch Caillou, Pepee and Bald Boy at most and girls watch Winx Club, Caillou and Voltran at most. Mothers knew which cartoons their children like to watch most. The findings showed that the reason why boys like these cartoons most is 'the friendship and action in cartoon' and the reason for girls is 'family relationship in cartoon'. Both boys and girls stated that the thing they like least in cartoons is to watch hero painting.

Children indicated that they would not be happy and not learn anything if they do not watch cartoons. It was concluded that children give place what they saw at cartoons in their play. While most of the children stated that they don't have cartoon hero's toys, according to mothers their children have hero's toys.

The study results were discussed in the light of literature and suggestions were made for researchers and families.

Keywords: Cartoon, watching TV, Preschool Education

TABLolar LİSTESİ

Tablo 3.1.	Çalışma Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı	44
Tablo 4.1.1.	Çocukların Bir Günde İzledikleri Çizgi Film Sayısına İlişkin Verdikleri Yanıtların Frekans Dağılımı	47
Tablo 4.1.2.	Çocukların Televizyonda Günlük Çizgi Film İzleme Süresine İlişkin Annelerin Yanıtlarının Frekans Dağılımı	48
Tablo 4.2.	‘Çizgi Film Seyretmezsen Ne Olur?’ Sorusuna Çocukların Verdikleri Yanıtların Kategorilere Göre Frekans Dağılımı	48
Tablo 4.3.	Çocukların En Çok İzledikleri / Sevdikleri Çizgi Filmlerden İki Tanesinin Hangileri Olduğuna İlişkin Çocukların ve Annelerin Yanıtlarının Frekans Dağılımı	50
Tablo 4.4.	Çocukların Çizgi Filmi ve Çizgi Film Kahramanlarını Sevme Nedenlerine İlişkin Yanıt Kategorilerinin Frekans Dağılımı	51
Tablo 4.5.1.	Çocukların Çizgi Filmde Öğrendiklerini Oyunlarında Yapıp Yapmadıklarına İlişkin Frekans Dağılımı	53
Tablo 4.5.2.	Çocukların Çizgi Filmde Öğrendiklerini Oyunlarında Yapıp Yapmadıklarına, Konuşmaları Taklit Edip Etmediklerine İlişkin Annelerin Verdikleri Yanıtların Frekans Dağılımı	54
Tablo 4.6.1.	Çocukların Çizgi Film Kahramanının Yaptıklarını Yapıp Yapamayacaklarına İlişkin Yanıtlarının Frekans Dağılımı	54
Tablo 4.6.2.	Çocukların Çizgi Film Kahramanının Yaptıklarını Yapamama Nedenlerine İlişkin Yanıt Kategorilerinin Frekans Dağılımı	55
Tablo 4.7.1.	Çocuklarda Çizgi Film Kahramanının Oyunağının Olup Olmamasına, Alınıp Alınmamasına İlişkin Yanıtların Frekans Dağılımı	56
Tablo 4.7.2.	Çocuklarda Çizgi Film Kahramanının Oyunağının Olmamasının Nedenlerine İlişkin Yanıt Kategorilerinin Frekans Dağılımı	56
Tablo 4.8.1.	Çocuklarda Çizgi Film Kahramanının Resminin Olduğu Eşyaların Olup Olmamasına, Alınıp Alınmamasına İlişkin Yanıtların Frekans Dağılımı	58
Tablo 4.8.2.	Çocuklarda Üzerinde Çizgi Film Kahramanının Resminin Olduğu Eşyaların Olmamasının Nedenlerine İlişkin Yanıt Kategorilerinin Frekans Dağılımı	58
Tablo 4.9.1.	Çocukların Çizgi Filmi İzlerken Eşlik Edilme Durumuna Göre Frekans Dağılımı	60
Tablo 4.9.2.	Çocuklara Çizgi Filmi İzlerken Kimlerin Eşlik Ettiğine İlişkin Çocuk ve Annelerin Yanıtlarının Frekans Dağılımı	60
Tablo 4.10.	Annelerin Çizgi Film İzlerken Çocuklarına Yaptıkları Açıklamaların Yanıt Kategorilerine Göre Frekans Dağılımı	61

İÇİNDEKİLER

ONAY	i
ÖZGEÇMİŞ	ii
ÖNSÖZ	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ	viii
BÖLÜM I: GİRİŞ	1
1.1. Problem.....	1
1.2. Amaç	3
1.3. Önem.....	4
1.4. Sınırlılıklar	4
BÖLÜM II: İLGİLİ ALANYAZIN	5
2.1. Televizyon Çocuk Programları	5
2.2. Çizgi Filmler	6
2.2.1. Çizgi Filmin Tanımı	6
2.2.2. Çizgi Filmlerin Özellikleri	8
2.2.2.1. Çizgi Filmlerin Evrensel Özellikleri	9
2.2.2.2. Çizgi Filmlerin Biçimsel Özellikleri	11
2.2.2.3. Çizgi Film Karakterlerinin Özellikleri	11
2.2.3. Çizgi Filmin Tarihsel Gelişimi	13
2.2.3.1. Çizgi Filmin Dünyadaki Tarihsel Gelişimi	13
2.2.3.2. Çizgi Filmin Türkiye’deki Tarihsel Gelişimi	17
2.3. Çizgi Film ve Çocuk	18
2.3.1. Çizgi Filmlerin Çocuk Üzerindeki Etkileri	22
2.3.1.1. Çizgi Filmlerin Çocuk Üzerindeki Olumlu Etkileri	23
2.3.1.2. Çizgi Filmlerin Çocuk Üzerindeki Olumsuz Etkileri	25
2.4. Yetişkin Rolü ve Medya Okuryazarlığı	28
2.5. Çizgi Film – Reklam – Tüketim	31
2.6. İlgili Araştırmalar	34

2.6.1. Türkiye’de Yapılmış Araştırmalar	34
2.6.2. Yurt Dışında Yapılmış Araştırmalar	41
BÖLÜM III: YÖNTEM	44
3.1. Araştırma Modeli	44
3.2. Çalışma Gurubu	44
3.3. Verilerin Toplanması	45
3.3.1. Veri Toplama Aracı	45
3.3.2. Uygulama	45
3.4. Verilerin Analizi	46
BÖLÜM IV: BULGULAR.....	47
BÖLÜM V: SONUÇ, TARTIşMA ve ÖNERİLER	63
5.1. Sonuç ve Tartışma.....	63
5.2. Öneriler	69
KAYNAKLAR	70
YARARLANILABİLECEK BAşKA KAYNAKLAR.....	79

BÖLÜM I

GİRİŞ

1.1. Problem

Televizyonun günümüzde her yerde bulunan ve oldukça yaygın kullanılan araçlardan biri olmasının yanı sıra (Pagani ve ark., 2010) görsel ve işitsel uyaranları birlikte kullanarak sunması, ona dünyaya açılan pencere işlevini yüklemiştir (Akçalı, 2007). Özel yetenek gerektirmeyen bir eylem olması nedeniyle her yaştan ve her kesimden insanın televizyon izlemeye kayda değer bir zaman ayırdığı görülmektedir (Öztürk ve Karayağız, 2007).

Televizyon, yetişkinlerin olduğu kadar çocukların yaşamında da önemli bir yer tutmaktadır (Bonnin ve ark., 1991); çocuklar televizyon başında oldukça fazla zaman geçirmektedir (Persson ve Eizenman, 2003). Yapılan çalışmalar, televizyon programlarının içeriklerinin çocuklar üzerinde olumlu ve olumsuz pek çok etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Özellikle televizyonun simge, sembol ve işaretlerle destekli bir atmosferde yansıttığı olumlu ve olumsuz davranışlar çocuklar tarafından benimsenip uygulanabilmektedir (Akçalı, 2007). Eğlendirici ve bilgilendirici olması da televizyona atfedilen olumlu özellikler arasında yer almaktadır (Kalan, 2011). “Okul öncesi dönemdeki çocukların televizyonla olan ilişkileri, keşifte bulunma amacıyla özdeştir. Televizyondaki parlak, canlı öğeler, hızla değişen, hareketli görüntüler, kuvvetli ses ve ışık bu yaş dönemindeki çocukları etkiler.” (TBMM Araştırma Komisyonu Raporu, 2007).

Televizyonun evlerin vazgeçilmez bir aracı olması, iletişimin televizyonla da sağlanması, televizyon kanallarının ve programlarının sayısını oldukça arttırmıştır. Çocukların seyretmesi için hazırlanan televizyon programları içinde çocukların en fazla izlediği, görsel özellikleri nedeniyle en fazla etkilendiği programlar çizgi filmlerdir (Can, 1995). Demiriz ve İlkay’ın (1999) yaptığı bir araştırmanın sonuçlarına göre ebeveynlerin % 79,4’ünün çocuklarının çizgi film programlarını izlemeyi tercih ettiklerini belirttikleri saptanmıştır (akt. Serhatlıoğlu, 2006).

Tüm dünyadaki çocukların en çok sevdikleri film türü canlandırmadır. Gerek çizgi oluşu ve gerçek kahramanlara yer vermeyişi gerekse ele aldığı konuların çocuksuluğu bunda etkilidir. Çocukların düş dünyasına en uygun olan, onları sevdikleri kahramanlarla buluşturan, çeşitli hayvan figürleri içeren; müziği, sesi ve hareketleri ile çocuklara daha yakın olan canlandırma sineması, gerek çocuklardan gördüğü ilgi üzerine gerekse gelişen teknolojinin yardımıyla her gün daha mükemmel ürünler sunmakta, bu ilgiyi ayakta tutmaktadır (Pembecioğlu, 2006).

Çizgi film yapımı oldukça pahalı olmasına rağmen bütün dünya ülkelerinde gelişerek yayılmakta; toplumsal ve ekonomik değişimlerin çizgi filmin gelişimi üzerinde önemli etkiler yarattığı gözlenmektedir. Devlet kanalları ile özel kanallar arasında artan rekabet koşulları, ayrıca ürünleri satmak için kullanılan ve bir pazarlama stratejisi olan 'merchandising yöntemi' (tanınmış kişilik ve imajları kullanarak ürünün satışını gerçekleştirmek adına yapılan satış geliştirme yöntemi) sayesinde çizgi film yapımının giderek arttığı tespit edilmektedir. Çizgi filmlerin içerikleri ve karakterleri izleyicinin tüm duyu organlarına hitap edecek biçimde pazarlanmaktadır. DVD'ler, oyuncaklar, şekerlemeler, bilgisayar oyunları ve kitaplar tüm duylara hitap edecek modern, sermaye odaklı ve çok uluslu bir eğlence sanayisini gerektirmektedir. Çizgi film dizileri tam da bunu gerçekleştirmektedir (Özgökbel Bilis, 2011).

Çizgi filmlerde genellikle iyi-kötü, kuvvetli-zayıf gibi ilişkiler konu edilir. Olaylar hiç bir zaman gerçekçi bir şekilde sunulmaz. Eylemde, karakterlerde, zaman ve mekânlarda simgesel bir anlatım söz konusudur. Çizgi filmlerde evren, düşsel ve canlandırıcıdır. Çizgi filmleri sevimli yapan karakterlerdir. Bir çizgi film karakteri insan nitelikleri gösteren, onunla özdeşleşen ve duygularını paylaşandır (Can, 1995). Çizgi filmlerin lokomotifini olan ana karakterlerin mutlaka bir görevi vardır; başkalarına yardım ederler, yanlışlıkları düzeltirler, kötülükleri önlerler. Diğer yardımcı karakterler iyi ya da kötü olabilir. Önemli olan, iyinin kötülüklerle rağmen tüm engellerin üstesinden gelebilmesi, gözyaşı ya da gülcüklerle mutlu sona ulaşılmasıdır (Rigel, 1993; akt. Can, 1995).

Çizgi filmlerin çocuklar üzerindeki etkisini konu alan araştırmalarda, ağırlıklı olarak olumsuz etkiler üzerinde durulmaktadır. Luther ve Legg (2010)'e göre televizyonda yer alan çizgi filmler hem sosyal hem de fiziksel saldırganlık örnekleri içermektedir. Çizgi

filmlerde çocukları eğlendirme adına bombalama, ateş etme, kesici aletleri kullanma gibi olaylara yer verilmektedir. Böylece çocuklara saldırganlığı ve şiddeti taklit edebilecekleri örnekler sunulmaktadır (akt. Can, 1995). Doğru kullanıldığı takdirde çizgi filmlerin öğretici, bilgilendirici, kişiliği geliştirici, model olabilen özellikleri olduğu göz önüne alınmalıdır (Can, 1995). Çocuklar, izledikleri film kahramanlarının yeteneklerine sahip olmak isterler ve kendilerini onlarla özdeşleştirirler. Doğruyu-yanlışı güzeli-çirkini öğrenme yaşındaki çocuk için çizgi filmler örnek alınan eğitici konumunda olabilir (Şirin, 1999).

Başlangıçta yalnızca eğlence amaçlı yapılan çizgi filmler, kurdukları düşsel dünya aracılığıyla izleyiciler üzerinde büyük bir etki yaratmış ve bunun bir sonucu olarak günümüzde eğlenceden eğitime, reklam filmlerinden görsel efektlere kadar uzanan birçok alanda kullanılır olmuştur (Can, 1995). Bu boyutlarıyla çizgi film incelenmesi gereken bir kavram olarak değerlendirilmektedir (Özgökbel Bilis, 2011).

Okul öncesi dönem çocuklarının çizgi film ile nasıl iletişime geçtikleri, çocukların çizgi film kahramanlarını nasıl algıladıkları, onları kendi dünyalarında nasıl benimsedikleri merak konusu olduğundan çizgi filmlerin okul öncesi dönem çocukları üzerindeki etkileri günümüzde de giderek artan bir şekilde araştırılmaktadır. Bu çalışma kapsamında da okul öncesi eğitim kurumuna devam eden 60-72 aylık çocuklar ve annelerinin çizgi filmler ile ilgili görüşlerinin belirlenmesi hedeflenmektedir.

1.2. Amaç

Nitel desende olan bu çalışmada yukarıda belirtilen problemin ortaya konması amacıyla çocuklar ve anneleriyle görüşme yapılmıştır. Sorulan sorular ve sorulma amaçları gruplanarak aşağıda verilmiştir:

1-Çocukların çizgi film seyretme süresi annelerin ve çocukların yanıtlarına göre ne kadardır?

2-Çocukların en sevdiğini söylediği çizgi filmler ile annelerin çocuklarının en çok sevdiğini belirttikleri çizgi filmler hangileridir? Çocukların söyledikleri çizgi filmleri

sevme nedenleri nelerdir? Annelerin zararlı buldukları çizgi filmler var mıdır, nedenleri nelerdir?

3-Çocukların ve annelerin yanıtlarına göre çocuklar çizgi film kahramanlarının yaptıklarını oyunlarında taklit ediyor mu?

4-Çocuklar sevdikleri çizgi film kahramanlarının oyuncaklarına ve eşyalarına sahip mi? Değilse neden? Anneler alıyor mu, neden?

5-Çocukların ve annelerin yanıtlarına göre çocuklar çizgi filmleri kimle izliyor? Anneler çocuklarına izledikleri çizgi filmler hakkında açıklama yapıyor mu?

1.3. Önem

Bu araştırma; 60-72 aylık çocukların en çok seyrettikleri çizgi filmlerin ve çocukların bu filmlerden nasıl etkilendiklerinin belirlenecek olması açısından önemlidir, çünkü çocukları olumlu ve olumsuz etkileyen yönlerin belirlenmesi eğitimcilere, anne-babalara, çocuk programı yapımcılarına yol gösterici olacaktır. Ayrıca bu konuda yapılacak başka araştırmalara ve bilimsel bilgi birikimine katkıda bulunabileceği düşünülmektedir.

1.4. Sınırlılıklar

Araştırmanın

1-Çalışma grubu Batman il merkezindeki MEB'e bağlı, devlet bağımsız anaokullarına devam eden 60-72 aylık 102 çocuk ve anneleri ile

2-Bulguları çocuklar ve anneleri ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeden elde edilen veriler ile

3-Konusu olan çizgi filmler yalnızca televizyonda izlenenler ile sınırlıdır.

BÖLÜM II

İLGİLİ ALANYAZIN

2.1. Televizyon Çocuk Programları

Kaliteli bir program, çocukların mutluluğunu temel almalı, eğlenceli olmalıdır. Onların espri anlayışlarına hitap etmeli, programı izlemeyi olumlu bir duygu ile sonlandırmalarını sağlamalıdır. Gülmek sadece sağlıklı bir şey değildir, aynı zamanda günlük yaşamla başa çıkabilmeyi ve iletişimi sağlar (Götz, Holler & Unterstell, 2013).

İyi bir program çocukların bilişsel yeteneklerini ve tercihlerini de dikkate almalıdır. Okul öncesi dönem çocukları daha yavaş seyrederek, bu da onların imgeleri anlamalarının ve hareketleri kavramalarının daha uzun zaman alması demektir. Programın kurgusu basit, çocukların deneyimlerine yakın ve doğrudan olmalıdır. Program sürekli olarak etkin düşünmenin, kendini olaya dahil etmenin ve empati kurmanın yollarını önermelidir (Götz, Holler & Unterstell, 2013).

Programlar çocukların aşırı zamanını almamalı ve onları adil olmayan biçimde kullanmaya yönelik olmamalıdır. Programın içeriği tahmin edilebilir ve çocuklar açısından kontrol edilebilir olmalıdır. Kötü, anlaşılmaz ya da acayip bir karakter çocuklarda korku uyandırabilir. Özel efektlerden, özellikle de şaşırtıcı ve korkunç olanlarından ya da tehditkâr bir biçimde tekrar edenlerinden kaçınılmalıdır (Götz, Holler & Unterstell, 2013).

Dünyanın çeşitli ülkelerinde çocuklar için bir çok başarılı eğitsel televizyon programları yapılmıştır. Bunların içinde en ünlü ve uzun soluklu olanı, Amerika Birleşik Devletleri'nde ilk kez 1969'da yayınlanan 'Susam Sokağı'dır. Hayır kurumları ve ABD hükümetinin desteğiyle yapılmış olan Susam Sokağı; modern yapım tekniklerini, profesyonel yazarları, gelişim araştırmalarını, önemli akademik danışmanları kullanmış, çocukların ilköğretime hazırlanmalarına yardımcı olacak bilgi ve becerileri kazandırmak için özenle tasarlanmış, müfredatı olan ilk okul öncesi eğitsel televizyon programıdır (Lesser, 1974). Okul öncesi çocukları ve anne-babaları arasında hızla popüler olan

program ortak yapımlarla birçok farklı dile ve kültüre uyarlanmış, 1986 ile 1991 yılları arasında Türkiye’de de yayınlanmıştır (Anderson, 2013).

Dünyada yapılan binden fazla araştırma, Susam Sokağı programının çocukların okula hazır olması üzerindeki etkisini incelemiş, programı izleyen çocukların okula hazır olma becerileri kapsamında önemli kazanımlar elde ettiğini saptamıştır (Ball & Bogatz, 1973; Ball, Bogatz, Kazarow, & Rubin, 1974, akt. Piotrowski, Vossen & Valkenburg, 2013; Fisch, 2004, akt. Piotrowski, Vossen & Valkenburg, 2013). Susam Sokağı ile ilgili olarak yapılan araştırmalardan birinde lise öğrencilerinin akademik başarıları analiz edilmiş; beş yaşında düzenli olarak Susam Sokağı izlemiş olanların İngilizce, Fen ve Matematik notlarının daha iyi olduğu ve diğerlerinden daha fazla kitap okudukları, diğer çocuklara oranla daha az saldırgan tutumlar sergiledikleri, başarı güdülerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur (Anderson vd., 2001).

Bu araştırmalar, iyi yönetilmiş, çocukların gelişim düzeylerine uygun, eğitsel amaçlı, nitelikli medya programlarının çocukların öğrenmeleri üzerinde olumlu ve onları yaşam boyu öğrenmeye iten bir etkisinin olduğunu gösteren çok sağlam kanıtlar sunmaktadır (Fisch, 2004; akt. Lemish & Kolucki, 2013; Heintz & Wartella, 2012).

Günümüzde çocuklar için televizyonda gösterilen programların önemli bir bölümünü çizgi filmler oluşturmaktadır.

2.2. Çizgi Filmler

2.2.1. Çizgi Filmin Tanımı

Türk Dil Kurumu tarafından yayınlanan Sinema ve Televizyon Terimleri Sözlüğü’ne göre çizgi film, “tek tek resimleri ya da devinimsiz nesnelere gösterim sırasında devinim duygusu verebilecek biçimde düzenlemek ve filme aktarmak işidir” (akt. Özön, 1981). Çizgi filmin temel yapısını hareket oluşturur. Tek tek resimlerden oluşması ve grafik tasarıma dayandırılması, çizgi filmi gerçek filmden ayıran en önemli özelliktir. Bunun yanı sıra çizilen her kare bir başlangıç ve bir sona sahiptir, aynı zamanda da bir bütünün parçasıdır (Eber, 1997; akt. Özgökbel Bilis, 2011). Kaba’ya (1994) göre çizgi film,

sanattaki öznellik ile teknolojinin paralel gelişiminden dolayı tam bir tanımlama içine alınamaz.

Çizgi film bir animasyon tekniğidir. Animasyon kavramı, Latince ‘animere’ fiilinden gelmektedir ve ruhlaştırmak, hayata geçirmek, değiştirmek anlamlarını taşımaktadır (Almanca Sözlük, 2001). Tek kare çekebilen bir alıcı ile hareketlerin çizilmiş resimlerine ya da hareketsiz cisimlerin göstericide hareket duygusu verecek biçimde yeniden düzenlenmesine ‘animasyon (canlandırma)’, bu teknikle hazırlanmış filmlere de ‘canlandırma filmi’ denir (Ilgaz,1982).

Tip, karakter ve sahne tasarımlarının her karede çizilerek oluşturulması ile meydana gelen filmlere ise ‘çizgi film’ denir. Çizgi filmin en önemli ögesi devinimdir; anlatacağını onun aracılığı ile anlatır. Bundan dolayı çizgi film ‘hareketlendirme sanatı’ olarak da kabul edilmektedir (Ilgaz,1982). Çizgi film; cansız nesnelere, figürlere, karakterlere ve materyallere filme özgü teknikler aracılığıyla hareket kazandırılarak yaratılan sinemasal bir anlatıyı ifade etmektedir. Bunun için tek tek resimler çekilmekte, her çekim arasında iki ya da üç boyutlu objelerin belirli biçimde hareket ettirilmesiyle ya da çizilmesiyle filmde hareket duygusu yaratılmaktadır (Eber, 1997; akt. Özgökbel Bilis, 2011).

Duran’a göre çizgi film, canlı ya da cansız nesnelere canlandırma veya onlara yeni bir kimlik verme işlemidir. Çizgi film, karikatür ve çizgi romana yakındır, fakat tümüyle özgün bir yaratı alanıdır. Çizgi filmin kendine özgü yaratma teknikleri, anlatım dili ve sunumu vardır. Çizgi film, çizim ile gerçekleştirilen filmleri kapsar, animasyon ile aynı şey değildir, canlandırma sinemasının yalnızca bir dalıdır (Duran, 2011).

Oral’a göre, çizgi film var olduğundan beri izleyicisine farklı bir dünya sunan bir sanat dalı olmuştur. Tasarlanan karakterler ve yaratılan hayal gücü ile oluşan bu kendine özgü dünya, izleyicisi ile bütünleşir; bunun kanıtı çocukların çizgi film kahramanlarıyla kendilerini özdeşleştirmeleridir (Oral, 1992).

Samancı (2004), çizgi filmi çocuklara hitap eden, temeli çizgiye dayanan, iki boyutlu animasyon olarak tanımlamaktadır.

Çizgi filmin kullanım alanları ve kullanım amaçları değişkenlik göstermektedir. Sinemada ve televizyonda eğlendirmek amacı ile kullanıldığı gibi endüstride ve politika alanında da kullanılmaktadır. Günümüzde çizgi filmin kullanıldığı alanlar şu şekilde sıralanabilir (Güler, 1992):

- Sinema için tasarlanmış, eğlendirmek amaçlı yapılan uzun metrajlı filmler.
- Sinema için sınırlı ölçüde üretilen kısa eğlence filmleri.
- Özellikle televizyon için üretilen, çocuklar için hazırlanmış eğlence filmleri.
- Sinema ve televizyon için hazırlanan reklam filmleri.
- Halkla ilişkileri geliştirmek, endüstri, bilim, teknoloji, propaganda ya da satış artırımı sağlamak için çeşitli alanlarda kullanılmak için yaptırılan filmler.
- Üniversitelerde ve liselerde, çeşitli bilim dallarında öğretim amacı ile üretilen filmler, özellikle bilgisayar canlandırma filmleri.
- Öğretim kurumlarında, öğrenciler ve sanatçılar tarafından bireysel anlatım ve devinim çalışması biçiminde gerçekleştirilen deneme filmleri.

2.2.2.Çizgi Filmlerin Özellikleri

“Televizyonda ve sinemada herkesi kendine çeken bir sanat dalı, çizgi film. Reklam kuşaklarında, hafta sonu eğlencelerinde, çocuk programlarında, film jeneriklerinde, sinemalarda gösterilen filmlerin öncesinde bir çizgi film başladığı zaman, gözler daha dikkatle dikiliyor ekrana, seyirci daha bir keyifle yerine yerleşip izlemeye koyuluyor gösteriyi” (Değer İnanç, 1981). Çizgi filmlerin insanların duygu ve davranışlarına yakın olması, çizgi film kahramanlarıyla kolayca özdeşleşilmesi, çizgi filmlerin izlenme nedenlerindedir (Güler, 1992). Çizgi filmde konu gerçekçi bir yaklaşımla verilebildiği gibi karikatürize edilerek ya da güldürülü bir biçimde de sunulabilmektedir. Böylece izleme süreci sevimli bir hale dönüşmektedir (Güler, 2013).

Çizgi film yapmak; her film karesi için bir resim çizmek, ufak farklarla birbirini izleyen resimleri tek tek filme almak olarak bilinse de, bu kadar basit bir iş değildir (Değer İnanç, 1981). Çizgi filmde her resim en küçük anlamı taşıyan birimdir. Tüm resimler kendilerine özgü nokta, biçim, renk gibi plastik öğelerin görsel düzenlemelerini içermektedir. Çizgi film görsel yapısı içinde çok fazla gösterge türü kullanmakta, ancak

buna karşın simgesel bir anlatım aracı olma özelliğini taşımaktadır (Manvell, 1971; akt. Sezgin, 1981).

Film türleri içinde çocuğa en yakın tür olarak ‘canlandırma’ ve ‘çizgi film’ sayılır. Film türlerinin çocuğa uygunluğu bir konu, çocuğun hangi filmleri izlediği ayrı bir konudur. Bu durumda önemli olan, çocuklara yönelik filmlerin, içinde çocuk bulunan filmlerin, içinde çocuk imgesi bulunan filmlerin diğerlerinden ayrılabilmesi ve bunların yeterince dikkatli bir biçimde değerlendirilerek ulusal ya da evrensel çocuk imgelerine ulaşılabilmesidir (Öcel, 2001).

Olaylar gerçekçi bir biçimde sunulmaz; eylemde, karakterlerde, zaman ve mekânda simgesel bir anlatım vardır. Yapıtların türü ne olursa olsun (eğlendirici ya da eğitsel) evren, düşsel ve canlandırıcıdır (Fromm, 1985; akt. Güler, 2013). Gerek serüven gerekse eğitsel yapıda olsun, çizgi filmlerde genelde var olma savaşı vardır. Konu, iyi-kötü, kuvvetli-zayıf, otorite ilişkileri biçiminde verilmektedir (Can, 1995). Çizgi filmlerin baş karakterlerinin mutlaka başarımları gereken görevleri vardır. Başkalarına yardım ederler, yanlışlıkları düzeltirler ya da kötülükleri önlerler, diğer karakterler ise iyi veya kötü olabilir. Çizgi filmin temeli, var olan bir çatışmayı hakkaniyet çerçevesinde çözümlenektir ve önemli olan, iyinin galip gelmesi ve düzenin devamlılığının sağlanmasıdır (Özgökbel Bilis, 2011).

“Çizgi filmlerin toplumsal bir işlevi vardır. O da çizgi filmin bir iletişim aracı olmasından kaynaklanmaktadır. Kararlaştırılmış belirli bir anlatımı olan resim, harf, bitki, hayvan gibi işaret olarak tanımlanan simgeler toplum içinde iletişimin aracı haline gelir. Her çizgi filmin bir iletisi vardır ve bu iletiyi genellikle simgesel anlatımla verir (Güler, 1989).

2.2.2.1.Çizgi Filmlerin Evrensel Özellikleri

Çizgi filmlerde aktarılan mesajların evrensel olması bir pazarlama stratejisidir. Televizyon kanalları genellikle düşük maliyetli ve stüdyo ortamında gerçekleştirebilecekleri programları tercih etmektedir. Çizgi film üretimi ise yüksek maliyetli olduğundan uluslararası işbirliği anlayışı içinde ortak yapım ya da

finansmanlar aracılığıyla özel stüdyo ortamında üretilmekte, uluslararası dağıtımı ve pazarlaması gerçekleştirilmektedir. Çizgi film üreticileri tüm dünyayı tek bir pazar olarak düşündüklerinden ve amaçları farklı etnik ve kültürel kökenli izleyicilere seslenmek olduğundan çizgi film karakterlerinde yapım ülkesine gönderimde bulunabilecek unsurlara yer verilmemesine dikkat etmektedirler (Özgökbel Bilis, 2011).

Kahramanların fiziki karakterleri ve yaşam biçimleri evrensel bir değişime uğratılmaktadır. Çizgi filmlerin konuları dünyanın her kültüründe algılanabilecek şekilde düzenlenmekte ve her ırktan en az bir tane karakter temsilinin bulunmasına dikkat edilmektedir. İzleyenler ancak anons müziğinde, jenerikte ya da bitişte yapımcı ülke hakkında bilgi edinebilmektedir. Farklı kültürlerde yayınlanabilmesi için çizgi filmlerde bir takım unsurlar dikkate alınmaktadır. Örneğin, karakterlerin ağız hareketleri kısıtlı sayıda yapılandırılarak senkronizasyon süreci kolaylaştırılmakta ya da kıyafet, saç-baş, araba, uçak gibi unsurların minimize edilmiş şematik sunumlarıyla hiçbir moda akımına bağlı kalınmayarak yıllarca tekrarlanabilme imkanına sahip olunmaktadır (Özgökbel Bilis, 2011).

Çizgi filmlerde konunun ve karakterlerin düşsel ve canlandırmacı olması zaman ve mekân (uzam) ile ilgili çerçeveyi de etkilemektedir. Bugünün gerçeği geçmişe ve geleceğe, geçmiş ve geleceğin gerçeği bugüne kaydırılabilir. Örneğin, kral ve kraliçenin eski zamana ait elbiseler giydiği bir filmde füze, lazer ışınları gibi çağdaş öğeler de yer alabilmektedir. Olayların belli bir dönemde yer almaması, insanların ya da tiplerin evrimleşme süreci göstermemesi, evrensel bir ileti verme kaygısından doğmaktadır (Güler, 2013).

Çocuklara yönelik ve her dönemde uygunluğu tartışılan çizgi filmlerde uluslararası konular ele alınmaya ve evrensel bir biçimde dile getirilmeye çalışılmaktadır. Bu konuda Disney, bir dünya markası sayılmaktadır. Her ne kadar Disney'in filmlerinde siyasal ayrımcılık yoksa da her zaman güçlü-zayıf, bilgili-bilgisiz karşıtlığı vurgulanmaktadır (Pembecioğlu, 2006).

2.2.2.2. Çizgi Filmlerin Biçimsel Özellikleri

Çizgi filmler insan benliğini iki yönden sarmaktadır. Biri sunulan konuların içeriği, sözler, davranışlar, iletilen konu; diğeri de bu konunun sunuluş biçimidir. Başka bir deyişle, çizgi filmlerin çekiciliğini sağlayan, biçim ve içeriktir. Biçim ve içerik, birlikte bir uyum içinde, birbirini bütünleyen öğelerdir (Can, 1995; Güler, 2013).

Çizgi filmlerde kullanılan renk, ışık ve çizgi biçimsel özellikleri oluşturmaktadır (Güler, 2013).

Renk evrensel bir nitelik taşımaktadır. Çocuklar dört-beş yaşlarına kadar hiçbir ayırım gözetmeksizin ve önceden kararlaştırmadan renkleri kullanmaktadır, ancak üç ana renk olan sarı, kırmızı ve mavi daha dikkat çekicidir. Çocukların kolaylıkla algıladığı ve yakın olduğu, dikkat çekici renklere çizgi filmlerin her karesinde rastlanmaktadır. Ayrıca renkler konunun içeriğine göre de farklılaşmaktadır. Doğru-güzel-iyi genellikle açık ya da canlı renklerle; kötü-yanlış-çirkin ise koyu renklerle verilmektedir. Genellikle kızgınlık koyu mavi, beğeni açık mavi, bir düşüncenin oluşması da yeşil renkle simgelenmektedir (Güler, 2013).

Çoğu çizgi filmde ışık, karakterlerin duyguları ve düşüncelerini yansıtan niteliktedir. İyilik aydınlıkla, karamsar ve kötülüğün eyleme dönüşmesi de karanlıkla ya da loş ışıklandırma ile gösterilmektedir. Işık genelde renk ve çizgiyi bütünleyecek biçimde kullanılmaktadır (Güler, 2013).

Çizgi filmlerde genellikle geometrik biçim ve hareketlere yer verilmektedir. Filmi sevecen yapan da karakterlerin çiziminde kullanılan bu geometrik biçimlerin insana olan yakınlığıdır (Güler, 2013).

2.2.2.3.Çizgi Film Karakterlerinin Özellikleri

Çizgi film var olduğundan bu yana yaratılan kahramanlar gerçek yaşamın bir parçası olmuşlardır (Gönenç, 2005). Çizgi filmleri sevimli, etkileyici ve izlenir yapan, karakterlerdir. Bir çizgi film karakteri insan nitelikleri gösteren, onunla özdeşleşen ve duygularını paylaşandır (Can, 1995). Çizgi filmlerdeki çocuk karakterler, hayvanlar,

doğal ortamlar ve fantastik olaylar çocukları ekrana bağlayan temel unsurlardır (Yağlı, 2013). Gerçek karakterler ve animasyon karakterler çocukların dikkatlerini televizyon programlarına ve reklamlara çekmede oldukça etkilidir. Özellikle küçük yaştaki çocuklar sevdikleri animasyon karakterlerinin özelliklerini algılar, daha büyük yaştaki çocuklar ise bu karakterlerle duygusal bağ kurarlar (Brand, 2007; akt. Yıldız ve Deneçli 2013).

Çizgi filmdeki karakterler ‘hayvanlar’, ‘insanlar’ ve ‘düşsel kişiler’ olmak üzere üç grupta toplanabilir. Çizgi filmlerin tarihsel gelişimine ve televizyonda yayınlanan çizgi filmlere bakıldığında hayvan tiplerinin öne çıktığı görülmektedir, çünkü hayvansal özellikler karakterlere masumiyet kazandırmaktadır. Ayrıca çizgi filmlerde hayvanlar aracılığıyla çocuğun iç dünyasını yansıtmaya olanağından da yararlanılmaktadır İlk canlandırma filminin kahramanı bir dinazordur; ilk müzikal çizgi filmde kullanılan da bir faredir. Ağaçkakan, ördek, kedi, konuşan köpekler, yenilmez fare ve sincaplar, insan-hayvan karışımı çizgi film karakterleri olarak ortaya çıkmaktadır. Hayvanların dünyası, çocuğun yaratıcı hayal gücünün rahatça hareket edebileceği alanlardan birisidir. Bu bağlamda birçok hayvan filminin büyük pedagojik değeri olduğu, çocuğun duyarlılığını geliştirdiği bir gerçektir (Güler, 1989; Can, 1995).

Çizgi filmde hayvan karakterlerinin kullanımı iki şekilde gerçekleştirilmektedir (Can, 1995):

1-Baş kahraman olarak hayvanlar: Hayvanlar ya doğanın bir parçası olarak ya da olayların odak noktası olarak geçerler. Hayvanlar kendi özelliklerini yansıtmaktadır, tek farkları konuşabilme özelliklerinin olmasıdır. Hayvanlar olayların odak noktası olduklarında insanın bir simgesi haline gelmektedir. Başka bir deyişle hayvan, insanı oynayan simgedir. Kişiliğinde hem çocuk hem de yetişkin özellikleri en iyi şekilde bir araya gelmiş çizgi film karakterine Miki Fare (Mickey Mouse) örnek olarak gösterilebilir (Can, 1995). Disney filmlerinde görülen hayvanlar çocukların ilgisini çekmekte ve onların arkadaşı haline gelmektedir. Bu hayvanlar konuşan, hisseden, gülen ve güldüren, kısacası insan gibi davranan yaratıklardır. Çocuklara bambaşka fantastik ve düşsel bir dünya sunarlar. Bu dünya vazgeçilmezdir. Walt Disney filmlerini ya da çizgi kitaplarını (comicstrip) tanıyan herkes bir tiplene olan Miki'nin gerçek bir

fareye benzemediğini, fare özellikleri göstermediğini bilir, fakat kahramanın gerçek dışılığı kimseyi rahatsız etmez, çünkü Miki bir nesnenin ya da olayın simgeleştirilmiş halidir (Güler, 1989).

2- İnsanlara yardım eden olarak hayvanlar: Hayvan karakterlerinin ikinci kullanım şekli insanlara yardım etmesidir, yani her zaman haksızlığa uğrayandan, doğru ve iyi olandan yanadırlar (Can, 1995; Güler, 1992).

Çocuk güce özendiği, kuvvet aradığı için yapımcılar çocukların bu ihtiyaçlarından yola çıkarak güçlü, saldırgan, problemlerini kaba kuvvetle çözen, sempatik, sihirli güçlerle her şeyin üstesinden gelen çizgi film kahramanları yaratmaktadır. Bu kahramanların kötülüklerle savaşıyor olması çizgi filmleri haklı hale getirmek için bir bahanedir. Burada önemli olan çizgi film kahramanlarının güçlü, silahlı olmaları ve problemlerini şiddet yoluyla çözmeleridir. Bu tarz mesajların sıklığı, kahramanların sevimliliği ve iyi kalpliliği ile birleşince çocuğun bunları taklit etmemesi için bir nedeni olmadığı belirtilmektedir (Kaskun ve Öztunç, 2003).

2.2.3. Çizgi Filmin Tarihsel Gelişimi

2.2.3.1. Çizgi Filmin Dünyadaki Tarihsel Gelişimi

Görüntünün geçici bir süre retinada kaldığı ilk kez M.S. 130 yılında Mısır'da yaşayan Yunanlı filozof Ptolemy tarafından fark edilmiştir (Duran, 2011).

Çizgi filmin dünyadaki ilk örneği olarak da kabul edilen, canlandırma anlamında bilinen ilk veriler 17. yüzyıla aittir. Bu yüzyılda papaz Kircher yaptığı basit projeksiyona 'Magiciantern (sihirli/büyülü fener)' adını vermiştir. Bu alet, herhangi bir ışık kaynağının (güneş ya da mum) yansıtıldığı mercek ve aynadan oluşturulmuş bir kutudur. Kircher bununla cam üzerine çizdiği şeytan figürlerini duvara yansıtabilmiştir (Duran, 2011; Gönenç, 2005; Kaba, 1992).

Çizgi film sanatının doğuşunu, resimleri hareket ediyormuş gibi gösteren bazı oyuncaklar ile ilişkilendirenler de vardır. Joseph Plateau adlı bir Fransız 1832'de tahta bir sapa tutturulmuş, üstünde bir dizi resim ve göz deliği bulunan bir tekerlek

geliştirmiştir. Tekerlek bir aynaya dönüp çevrildiği zaman, göz deliklerinden bakarak aynada hareketlenen resimler izlenebilmiştir. Daha sonra başkaları tarafından bu oyuncağın farklı biçimleri geliştirilmiştir. İçlerinde en dikkate değer olanları ‘zoetrope’ ile ‘praxinascope’dur. ‘Hayat tekerleği’ anlamına gelen zoetropeun yaratıcısı Pierre Devignes’dur. Bir kaide üzerinde dönen ve çevresinde eşit aralıklarla açılmış göz delikleri bulunan silindir biçimindeki bu aracın deliklerinden bir bant üstüne çizilmiş ve silindirin içine yerleştirilmiş olan resimler izlenebilmiştir. Silindirin çapı ne kadar büyük olursa film de o kadar uzun sürmektedir. Emile Reynaud’nun yarattığı ‘praxinascope’ ise zoetropeun daha gelişmişidir. Göz delikleri yerine, silindirin ortasında bir sıra ayna vardır. Araç döndüğünde aynalara bakanlar, hareket eden resimleri görmüştür. Reynaud bu buluşunu bir çeşit projektör ile birleştirerek her biri birkaç dakika süren gösterilerini 1892’de Paris’te açtığı dünyanın ilk sinema salonunda (Theatre Optique) 1900 yılına kadar sürdürmüştür (Değer İnanç, 1981).

İlk çizgi film denemelerinden biri de 1908’de Fransız Emile Cohl’un beyaz kâğıt üstüne siyah renkle çizdiği çöpten adamları filme aldığı, ancak projeksiyonda negatif film kullanarak siyah fon üstünde hareket eden beyaz figürler elde ettiği çalışmasıdır (Değer İnanç, 1981; Gürsaç, 1993).

Çizgi filmin Amerika’daki ilk örneği ise James Stuart Blackton tarafından Vitagraph Co. adına yapılan ‘Humorous Phases of Funny Faces’tir. 1909 yılı ilk Amerikan çizgi film örneklerinin tümünde olduğu gibi Blackton’ın filminin başında da resim çizen bir ressam görünmekte, sonra ressamın çizdiği resim birden canlanmakta ve hareket etmeye başlamaktadır. 8.000 çizimden oluşan bu ilk Amerikan çizgi filmde gözlerini hareket ettirirken sigarasının dumanını genç kıza doğru üfleyen bir adam, bir çemberden atlayan köpek gibi basit karakterler vardır (Pembecioğlu, 2006).

İngiltere’de yapılan ilk çizgi film de, aynı yıl Walter Booth tarafından Charles Urban Trading Co. adına gerçekleştirilmiştir. ‘Sanatçının Eli’ adlı filmde önce Booth’un eli bir kadın ve bir erkek çizerken görülmekte, sonra bu çift dans etmeye başlamaktadır (Pembecioğlu, 2006).

Çizgi filmdeki ilk hayvan kahraman, ‘Old Doc Yak’ adlı bir keçidir. Kısa pantolon giyen bu keçi, perdeye Chicago Tribune gazetesinin karikatüristlerinden Sidney Smith tarafından getirilmiş ve 1913 yılının Temmuz ayında dizinin ilk filmi çekilmiştir. Bu çok tutulan kahraman, çizgi filmlerin çocuklar için iyi bir eğlence aracı olmasına büyük katkıda bulunmuştur. Bu gelişimin etkisi hemen görülmüş ve daha sonra Pat Sullivan’ın ‘Felix the Cat’i binlerce çocuğun sevgilisi haline gelmiştir (Pembecioğlu, 2006).

Bu ilk çizgi film örneklerinde hareket ve arka plan her karede tek tek yeniden yaratılmıştır. Ancak 1914’de Earl Hard tarafından keşfedilen ‘şeffaf selülit yaprak’tan sonra karakterler ve arka planlar kendi başlarına, bağımsız bir şekilde bir yüzey olarak çizilebilmişlerdir. Bu keşif, çizgi filmin daha sonra sinemasal ve resimsel olarak gelişmesine olanak sağlamıştır. Film, iki boyutlu ilkel niteliğinden sıyrılarak perspektifin doğal biçimlerinin görünebildiği bir hal almıştır (Özön, 1964; akt. Can, 1995).

İlk uzun metrajlı çizgi film Arjantin’li sanatçı Don Frederica Valte tarafından 1917 yılında gerçekleştirilmiştir. 60 dakikalık bu filmde dönemin devlet başkanı hicvedilmiştir. Diagonos Tabora yönetimindeki beş kişilik çizer ekibi, filmi gerçekleştirmek için 50.000 çizim yapmıştır (Pembecioğlu, 2006).

İlk renkli çizgi film ise Brewster renklendirme yöntemiyle New York’ta Bray Pictures tarafından çekilen ve 8 Şubat 1920’de gösterime giren ‘The Debut of Thomas Kat’dır. Şeffaf selülitler üzerine çizilen resimler tersten boyanmış ve renkli olarak çekim yapılmıştır (Pembecioğlu, 2006).

Çizgi filmlerin altın dönemi, sesli filmlerin yapılmasıyla başlamıştır (Değer İnanç, 1981; Duran, 2011). İlk sesli çizgi film, Paul Terry tarafından Ezop’un fabllarından yola çıkılarak hazırlanmıştır. Bu film, Van Beuren Enterprises şirketi adına çekilmiş ve 1 Eylül 1928’de New York Mark Strand’da galası yapıldıktan sonra gösterime girmiştir (Pembecioğlu, 2006).

Dünyada çizgi film denince akla ilk gelen isim, 1923’de Kansas City’de kiraladığı garajında çalışmalarına başlayan Walt Disney’dir. Onun “bir yığın patırtı” diye

nitelendirdiği bu filmden sonra kendi yapımı olan ilk sesli çizgi film ‘Steamboat Willie’, 18 Kasım 1928 günü New York’ta Colony Theatre’de gösterilmiştir. Bu film ile çizgi film dünyasında bütün zamanların en büyük kahramanı olan ‘Mickey Mouse-Miki Fare’de izleyicilerle tanışmıştır (Pembecioğlu, 2006). Walt Disney bu karakteri, “filmlerde öyle bir baş karakter yaratmalı ki, izleyiciler kendilerinde arayıp da bulamadıkları her şeyi onda bulsun. Ancak bu kahraman kesinlikle insan olmamalı. İzleyici insanda bağışlamadığı tüm güçsüzlükleri, yanlışlıkları, korkuları, yenilgileri o sevimli yaratıkta bağışlayabilsin” düşüncesiyle yaratmıştır (Gönenç, 2005; Oral, 1976). ‘Donald Duck-Vakvak Amca’ ve ‘Silly Symphony-Saçma Senfoni’ çizgi dizilerini de yapan Disney’in ilk uzun metrajlı ve sesli çizgi filmi olan ‘Snow White and the Seven Dwarfs (Pamuk Prenses ve Yedi Cüceler) 21 Aralık 1937 günü, Los Angeles Cathay Circle Theatre’de gösterime girmiştir (Pembecioğlu, 2006). Bunu, birçok ülkede gösterilen ve büyük başarı kazanan Pinokyo, Dumbo, Bambi, Cinderella-Külkedisi, Peter Pan, 101 Dalmaçyalı, Alice Harikalar Diyarında gibi filmler izlemiştir (Değer İnanç, 1981).

Disney, hepsi hayvanlardan oluşan çizgi film tiplerine insan karakteri vermiş, gerçeğe yakın bir biçimde filme hareketlilik kazandırmış, özellikle çocukları eğlendiren, güldüren, canlı ve müzikli oyunlar sergilemiş; böylece kısa sürede çizgi sinemasının bir gösteri sektörü ve bir sanat dalı olarak gelişmesine katkıda bulunmuştur (Değer İnanç, 1981; Duran, 2011).

Çizgi filmler zamanla o kadar çok beğeni kazanmıştır ki, sanatçı eliyle ortaya çıkarılan çizgi film kahramanları, kendine özgü ve bağımsız bir yaşam kazanmıştır. Hayvanlardan oluşan çizgi film kahramanları bile giderek yaşayan film yıldızları kadar ünlenmişlerdir (Halas-Manuel, 1979; akt. Can, 1995 ve Güler, 2013). Walt Disney’in hayvan tiplerine insan karakteri vererek gerçeğe uygun bir biçimde hareketlendirmesine karşılık, aynı yıllarda bazı sanatçılar daha stilize tipler, gerçekçi olmayan hareketlendirmeler kullanarak değişik yorumlar getirmeye ve yeni teknikler aramaya yönelmişlerdir (Değer İnanç, 1981).

Japonya 1960 yılında yavaş yavaş girmeye başladığı çizgi film piyasasına zamanla hakim olmuştur. Japonya’da çizgi filmler prime time saatinde verilmekte, çok önemli

bir televizyon programı muamelesi görmektedir; böylece de çok önemli çizgi filmler üretilmekte, iç pazarın yanı sıra ABD.'ye ve Avrupa ülkelerine de satılabilmektedir. Japonya'dan sonra çizgi film piyasasının önde gelen ülkelerinden biri de Amerika Birleşik Devletleri'dir. Avrupa ülkeleri arasında İspanya ve İtalya'da da bu alanda biraz kıpırdanma görülmektedir. Türkiye'nin de aralarında bulunduğu, Japonya'dan çizgi film alan ülkelere film satan şirketlerin başında TOEI International gelmektedir. Bu şirket 1956 yılından beri çizgi film üretiminde uzmanlaşmıştır. Her hafta bir bölüm hazırlayabilecek geniş bir kadrosu vardır. Ürettiği ünlü çizgi filmler arasında Digimon, Dragon Ball, Şeker Kız Candy sayılabilir (Gönenç, 2005).

Çizgi film-canlandırma dünyasındaki asıl büyük gelişme, bilgisayarların hayatımıza girmesi ve özellikle bilgisayar grafiği alanındaki ilerlemelerle olmuştur (Güler, 2013; Kaba, 1994).

2.2.3.2. Çizgi Filmin Türkiye'deki Tarihsel Gelişimi

Ülkemizde çizerler 1930'lardan itibaren yabancı örneklerini bildikleri canlandırma sinemasına ilgi duymuşlardır. Cemal Nadir Güler bu alandaki ilk denemeyi yapmak istemişse de 'Amca Bey' isimli karakteri hayal perdesine yansımadan yarım kalmıştır. 1948-1949 yılları arasında Yüksel Ünsal'ın 'Evvel Zaman İçinde' adlı çalışması beyaz perdede yer almayı başarmıştır. Sonradan uzun metrajlı olarak çekilen bu film, laboratuvar çalışmaları için ABD' ye gönderilmiş ve bu ülkede kaybolmuştur (Gönenç, 2005).

Ülkemizde 1950'li yıllarda Nasrettin Hoca, Keloğlan gibi Türk masal kahramanlarının çizgi filmleri yapılmıştır (Gönenç, 2005). Farklı nitelikteki resim sanatçıları gerektiren canlandırma alanında 1955'den sonra karikatür sanatçıları çalışmaya başlamıştır (Güler, 1991). 1961-1962 yıllarında gerçek anlamda çizgi film çalışmaları başlamış; Oğuz Aral, Tekin Aral, Ferruh Doğan'ın kurduğu 'Canlı Karikatür' adlı stüdyo 50'ye yakın çizgi film yapmıştır (Gönenç, 2005).

Türkiye'de çizgi filmin gelişmemesinin nedenleri arasında teknik yetersizliklerin yanısıra çizgi film konusunda yeterli eğitim veren yerlerin sayısının oldukça az olması

da sayılabilir (Alsaç, 1994). Çizgi film yaratmak bir ekip işidir ve 70 ile 200 arasında değişen sayıda insan gücüne gereksinim duyulur. Oysaki örneğin, Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü'nden 14 yılda yalnızca 200 kişi mezun olmuştur ve bunlar arasında reklam sektörüne ve multimedya sektörüne kayanlar da vardır (Gönenç, 2005).

Türkiye'de gösterilen çizgi filmlere bakıldığında maceracı dijital kahramanların duygusal karakteri alt ettiği; özellikle TRT döneminin duygusal ve çocuksu çizgi filmlerinin yerini macera (adventure-action) tarzına bıraktığı görülmektedir. 1980'lerde yayınlanan Tarzan, Vikingler gibi çizgi filmlerin yerini artık Pokemon, Digimon, Dragon Ball tarzı, iyilerle kötülerin birbirlerini alt etmek için kıyasıya uğraştığı türde çizgi filmler almıştır. Tek kanallı TRT döneminin ardından gelen çok kanallı özel televizyonlar dönemine çocuklar da ayak uydurmuştur. 1970'li ve 1980'li yılların çocukları her gün yalnızca tek bir çizgi film izleyip, bir sonraki bölümde neler olacağını bilmek için sabırsızlanırken 2000'li yılların çocukları daha çok seçeneğe sahiptir; onlara yalnızca seçmek kalmaktadır (Gönenç, 2005).

Türkiye'deki çizgi film pazarına tüm dünyada olduğu gibi Japon yapımı, macera tarzı çizgi filmler hakim durumdadır. Sabah ve akşam olmak üzere iki kuşakta yayınlanan çizgi filmler yüksek izlenme oranına sahiptir. Türkiye'de eğlence amaçlı çizgi filmler ağırlıkta olmakla birlikte bu filmlerde de şiddet içeren öğelere rastlanmaktadır. Bu filmlerde argo eğilimi körükleyen sözel şiddet de kullanılmaktadır (Gönenç, 2005).

2.3. Çizgi Film ve Çocuk

Çizgi film türünün çocuk dünyasında çok önemli bir yeri vardır. Bu yüzden film türleri söz konusu olduğunda genellikle ilk akla gelen çizgi film ve çocuk ilişkisidir. Çizgilerin hareket etmesi, renkli ve çocuksu olması çocukların çizgi filme önem vermelerini, kendilerini bu türe yakın görmelerini sağlar. Konu ne olursa olsun, içindeki iletiler çocuklara uygun olsun olmasın, yetişkinlerin de çocuklar için uygun gördüğü tür çizgi filmidir. Kendiliğinden mi yoksa yetişkinler tarafından çocuk programlarına sıkça dolgu malzemesi olarak yerleştirildiklerinden midir bilinmez, çocuk ve çizgi film bağlantısı çok erken yaşlarda, çocuk televizyona yöneldiği anda kurulur. Sonraları çocuklar

arkadaşları tarafından dışlanmamak, ayrıntıları yakalamak ve güncel kalabilmek uğruna kendilerini çizgi film izlemek zorunda hissederler. Aslında bir filmin çizgi film olması, onun anlatımının ve olay örgüsünün basit, iletilerinin çocuğa yönelik olduğunu göstermez (Pembecioğlu, 2006).

Diğer bütün film türleri içinde çizgi film, doğrudan çocuk izleyiciye yönelik olması ile dikkati çekmektedir. Çizgi filmlerde çocuk karakterler, yetişkinler, hayvanlar, doğüstü ve bilim kurgu karakterler vardır. Bu özellikleri ile diğer filmlerden ayrılan çizgi filmler, çocukları ‘amaç’ olarak görmektedir. Diğer film türleri, çocuğun perdede bir ‘araç’ olarak kullanılmasını sağlamaktadır. Aynı filmde hem güldürü hem ağlatı öğeleri, hem belgesel havası hem polisiye ve korku, hatta bilim kurgu öğeleri bulunabilmekte; eğer bunlara eklenen bir çocuk karakter de varsa, bunlar filmi çocuklar açısından görülmesi gerekli bir hale getirmektedir (Pembecioğlu, 2006).

Görme, konuşmadan önce gelir. Çocuk konuşmaya başlamadan önce bakıp tanımaya çalışır, bir çok şeyi görerek öğrenir. Görerek algılanan nesne ve şekiller tanımlanır, mesajlar aktarılır. Oluşan süreçte değişik tepki ve davranışlar meydana gelir, çevrenin işlem mekanizması algılanarak soyut kavramlardan somut değerlere ulaşılır (Berger, 1988; akt. Can, 1995).

Erken çocukluğun özelliği olan algısal sınırlılık nedeniyle çocuklar medya karakterlerini, görünür dürtüler ve duygular gibi özellikler üzerinden değerlendirirler (Piotrowski, Vossen & Valkenburg, 2013). Bu da çocukların televizyonda gördükleri programların gerçek olduğunu sanmalarına neden olur. Bu durum, belli bir algılama düzeyine erişilmeden izlenen bazı programların çocuğu yanlış kavramlar ve çağrışımlar yoluyla olumsuz etkileyebileceği gerçeğini karşımıza çıkarmaktadır (Nergis, 1994; Pembecioğlu, 2006).

Çocuklara yönelik bir film anlatım biçimi olan çizgi filmler, teknik açıdan bütün konuların ve türlerin canlandırılmasına olanak tanıyacak denli zengin bir yapıya sahiptir. Günlük yaşamın parçalarından örneklerin bulunmasının yanısıra düşsel yaşama ilişkin pek çok parça ile karşılaşmak da olasıdır. Belki de çocukların hoşuna giden, bu anlatım zenginliği ve düş gücünün erişilmez üstünlüğüdür. Diğer filmlerden çok bilim

kurgu ve çizgi filmlere yönelen çocuklar, dünyayı çizgi filmler yolu ile tanımaya ve düşlemeye çalışırlar (Pembecioğlu, 2006). Okul öncesi dönem çocukları içeriği anlamadıkları takdirde çekici biçimsel özellikler kullanan programlara bile ilgi göstermezler (Anderson, Lorch, Field & Sanders, 1981; akt. Anderson, 2013). Çocuklar çizgi film izlerken dikkatlerini karakterin niyeti gibi içsel olaylardan çok gözlenebilir eylemleri üzerinde toplarlar (Kendeou vd., 2005; akt. Blumberg, 2008).

Çocukların televizyonda gördüklerini anlamlandırmaları, medyadan edindikleri bilgileri gerçek yaşama transfer edebilme yeteneklerinden de etkilenebilir ki, bu transfer yeteneği gerçek ve fantezi arasında ayırım yapabilme düzeyine bağlıdır (Condry 1989).

Çocuklar normal olarak yavaş ilerleyen, tekrarlar içeren ve tanıdık bir bağlam içinde basit karakterler barındıran medya içeriğini seçmektedir. Bu seçimler erken çocukluk döneminin sonlarında değişebilir ve özellikle erkek çocuklar daha hızlı ilerleyen, daha karmaşık karakterlere ve macera konulu içeriklere ilgi duyar hale gelebilir (Valkenburg & Vroone, 2004; akt. Piotrowski, Vossen & Valkenburg, 2013).

Çoğu araştırmanın ortaya koyduğu gibi okul öncesi dönem çocuklarının televizyon programlarının içeriğini anlama yetenekleri çok zayıftır ve sekiz yaşına kadar bu şekilde devam etmektedir (Bjorkqvist & Lagerspetz, 1985; Condry, 1989; akt. Peters & Blumberg, 2002). Sekiz yaşından küçük çocuklar gerçek ile hayal olanın farkına varamadığından televizyonda izlediklerini gerçek olarak algılayıp yanlış değerlendirebilmektedir (Baron & Broughton, 2001). Dört yaşındaki çocuklar televizyondaki programların ana temasından çok, olay örgüsünü yüzeysel şekilde hatırlarlar, fakat ana tema ile alt temaları tanımlamada ve ayırmada zorluk çekerler (Van den Broek, Lorch & Thurlow, 1996; akt. Peters & Blumberg, 2002). Ana tema hikâyeyi anlamak için önemliyken, alt tema konuyla ilgili ayrıntılı bilgiler içerir, ama konuyu anlamak için yeterli değildir. Altı yaşındaki çocuklar bile çizgi filmleri süregelen bir hikâyeden çok bölük pörçük parçalar olarak algırlarlar (Bjorkqvist & Lagerspetz, 1985; akt. Peters & Blumberg, 2002). Hodapp (1977); beş ve altı yaşındaki çocukların eğitsel programlardan öğrendiklerini gerçek yaşam problemlerinin çözümüne transfer edemediklerini belirlemiştir (akt. Peters & Blumberg, 2002).

İki-üç yaş çocukları şiddet içeren ses, müzik, efekt gibi şeylerden rahatsızlık duyabilmektedir. Üç-dört yaşlarındaki çocukların seyrettikleri filmle yeterli ve devamlı ilgi kuramadıkları; beş-yedi yaşlarındaki çocukların ise filmlerdeki belli sahneleri anlayabildikleri, ancak öyküyü bütün olarak kavrayamadıkları bilinmektedir. Üç-altı yaş grubundaki çocuklar filmlerin gerçek olup olmadığını yorumlayamamakta, olaylar o anda olmuş gibi, hatta kendi başına gelmiş gibi hissedebilmekte ve endişeye kapılabilmektedirler (Nergis, 1994; Pembecioğlu, 2006).

Hayal ile gerçekliği birbirinden ayırt edememeleri yüzünden hayali karakterler gerçek hayattaki karakterler kadar çekici ve ilgi uyandırıcı olmaktadır. Üç yaşına geldiklerinde çocuklar, televizyondaki kişiliklere bağlılıklarına işaret eden beyanlarda bulunmaya başlarlar. Gerçek hayattaki karakterler kadar, hatta onlardan daha çok hayvanlardan ya da çizgi film karakterlerinden etkilenebilirler (Piotrowski, Vossen & Valkenburg, 2013).

Okul öncesi yaştaki çocukların televizyon programlarında kuklalara, çizgi filmlere, gülmece türünden hareketli şarkı ve oyunlara, reklamlara ilgi duyduğu, kuvvetli tepki gösterdiği belirlenmiştir. Çocukların televizyonda aynı programlarla defalarca karşılaşmalar bile bundan usanmadıkları da bilinmektedir. Bu tekrarlar olumlu özellikler içeriyorsa çocuklarda olumlu davranışlara, olumsuz özellikler içeriyorsa olumsuz davranışlara neden olabilmektedir (Pembecioğlu, 2006).

Lovery etkilenmeyi “eğer seyirci bir modeli çekici buluyorsa ya da aynı model gibi olmak istiyorsa, modeli tümüyle kendi kimliğine monte ediyor” diye açıklamıştır. Schramm ise çocukların belli karakterlere benzemeye daha istekli olduklarını, ister kurgu ister gerçek olsun çocukların bir modeli zihinlerinde saklayıp ileri yaşlarda bile tekrarlayabildiklerini ortaya koymuştur (Heart, Kruttschnitt & Ward, 1986; Lanchan, 2005; akt. Ertürk 2011).

2.3.1. Çizgi Filmlerin Çocuk Üzerindeki Etkileri

İletişim araçları, toplum ve bireylerin hayatında son derece önemli bir yer tutmaktadır. Özellikle üç-altı yaş çocukları için büyük bir farkındalık ve öğrenme aracı olarak zenginlik sunan medya, gönderdiği uyarılarla çocukların belleklerinde bir yaşam boyu yer tutacak önemli kazanımlara ya da kayıplara neden olabilmektedir (Pembecioğlu, 2013). Çocuklar izlediklerinin etkisinde kalmaktadır. Bir yaşındaki çocukların televizyonda gördükleri basit temel davranışların % 28'ini, iki yaşındaki çocukların ise % 76'sını taklit ettikleri saptanmıştır (Anselma, 1987; akt. Arnas ve Erden, 2006).

Televizyon yayınlarından çocukların nasıl etkilendiğine yönelik pek çok araştırma yapılmıştır. Televizyonda izlenen şeyin ne olduğunun bilinmemesinin, etkilenmenin dozunu ve kalıcılığını etkileyen en önemli öge olduğu söylenebilir. Daha sonra izleyicinin yaşı ve algılama özellikleri önem kazanmaktadır (Pembecioğlu, 2006). Çocukların filmlerden aşırı etkilenme nedenleri arasında onların televizyonla uzun süre baş başa kalmaları, televizyonun yetişkinler tarafından bir çocuk bakıcısı yerine konması, adeta sakinleştirici bir ilaç gibi kullanması da sayılabilir (Çalışkan, 1989; akt. Pembecioğlu, 2006).

Yapılan araştırmalarda genellikle çizgi filmlerin şiddet ve saldırganlığa yönlendirici, olumsuz etkileri ele alınmaktadır, ancak çizgi filmlerin doğru kullanıldığında öğretici, bilgilendirici, kişiliği geliştirici gibi olumlu özellikleri de unutulmamalıdır (Güler, 1992; Güler, 2013). Bir başka deyişle, çizgi filmler görsel ve işitsel duyulara yönelik etkili ve sevecen iletişim aracı olmaları nedeniyle olumlu hizmetler sağlamanın yanı sıra, iyi değerlendirilmediği zaman olumsuz sonuçlara da neden olmaktadır. (Güler, 2013).

"Çocuk çizgi filmlerde olumlu ve olumsuz olmak üzere birçok davranış örnekleriyle karşılaşır. Bu bağlamda yardımseverlik, işbirliği ve saldırganlık davranışları en önemli kavramlar haline gelmektedir. Çocuğun bunlardan hangisini benimseyeceği büyük ölçüde yaşadığı ve karşılaştığı modellere bağlıdır" (Selçuk, 2010)

2.3.1.1. Çizgi Filmlerin Çocuk Üzerindeki Olumlu Etkileri

Çizgi filmlerin kültürel işlevleri şu şekilde sıralanabilir:

- Öğreticilik
- Eğlendirirken eğitmek
- Doğruyu göstermek
- Eğlendirmek
- Toplumsal paylaşım (Güler, 2013).

Bir sinema türü olan ve televizyonda yaygın biçimde kullanılan çizgi filmlerin ortaya çıkışındaki ve geliştirilmesindeki amaç, öğreticiliktir. Başka bir deyişle, eğlendirirken eğitmek amaçlanmaktadır; ancak bu, çizgi filmlerin içeriğine ve onu üretenin kahramanlara verdiği kişiliğe bağlıdır. Örneğin, Amerika’da “Miki Fare sigara içmez, içki kullanmaz, sahtekârlık yapmaz ve yalan söylemez...” şeklinde bir kampanya gerçekleştirilmiştir. Red Kit’in bir zamanlar ağızından eksik olmayan sigarası, sigara içmenin kötülüklerinin iyice anlaşılmasından sonra bir saman çöpüne dönüştürülmüştür. Böylece hem izleyenler sigaraya özenmemiş hem de Red Kit evrensel olarak yürütülen sigara karşıtı kampanyada görünmüştür (Kongar, 1986).

Çizgi filmlerin en büyük işlevi olarak okul öncesi ve ilköğretimdeki çocukları eğlendirmesinin yanı sıra onları eğitmesi ve yaratıcılıklarının gelişmesine katkıda bulunması görülmektedir. İyi seçilmiş, faydalı çizgi filmler çocukları sadece eğlendirmez aynı zamanda onların kişisel ve toplumsal gelişimine, hayal dünyasının zenginleşmesine katkıda bulunur. (Yağlı, 2013). Ilgaz (1995), bu filmlerin çocukların formasyonuna olan katkılarının yadsınamayacak kadar büyük olduğunu belirtir ve yetişkinler için üretilen çizgi filmlerin de aslında amacının, hatta işlevinin pek farklı olmadığını söyler.

Çizgi filmler ‘öğretici’ ve ‘bilgilendirici’ olarak kullanıldığında anlaşılması güç ve karışık bilgilerin anlaşılmasında; hoşgörü, özgürlük, adalet, yardımlaşma gibi açıklanması zor, soyut kavramların aydınlatılmasında yardımcı olabilir. Örneğin; sinir sistemi, kulağın içyapısı gibi insan vücudunun içsel işlevlerini tanıtmada kullanılabilir.

Bir atomun içindeki nükleer eylemin gösterilmesi gibi gözle görülemeyen, küçük devinimleri büyütürük görülebilir duruma getirebilir (Güler, 2013).

Çizgi filmin eğitim alanında rol oynaması, çizgi filmin yapısında var olan görsel düzenlemeler ve hareket ilişkisine dayanır. Çizgi filmde konu gerçekçi bir yaklaşımla verilebildiği gibi, karikatürize edilerek ya da güldürölü bir biçimde de sunulabilmektedir. Böylece eğitim süreci sevimli bir hale dönüştürölerek, bilgilenme isteği arttırılabilmektedir. Ayrıca rengin ve sesin devreye girmesi ile bilginin akılda kalıcılığı da artmaktadır (Can, 1995). Görsel-işitsel bir iletişim aracı olarak çizgi filmin karmaşıklığı sadeleştiren, görünmez olanı görselleştiren, ivedi ve özlü bir öğretim sağlama gücü bulunmaktadır. (Özgökbel Bilis, 2011).

Çizgi filmlerin çocuğun psiko-sosyal gelişiminde önemli rolü olduğu da belirtilmektedir. İyi film kahramanının seçilmiş olması çocuğun kişiliğini geliştirir, kendisini özdeşleştireceği bu modelin olumlu etkisi olur (Yavuzer, 1996). Çizgi filmlerdeki kahramanların izleyici için birer model olmasının önemi büyüktür ve simgesel tasarımlar, bilimsel süreçler, akıl yürütme ve problem çözme ya da dünyayı tanıma yoluyla alternatif eğitim yaşantıları gösterilmektedir. Ayrıca sıklıkla insan ilişkilerinin devamını mümkün kılan affetme, görmezden gelme, farklı olanı anlama ve kabul etme, olayları bilgece bir anlayışla kabul edebilme gibi duygu ve değer yönelimleri ile davranışları desteklemektedir (Özgökbel Bilis, 2011). Çizgi filmler için seçilecek konuların toplumun sosyo-kültürel gerçeklerini yansıtıcı, eğitici ve uyarıcı nitelikte olmasının gerekliliği de vurgulanmaktadır (Yavuzer, 1996).

Çizgi filmlerin sürekli olarak kötü mesajlar verdiği düşünülmemelidir; görüldüğü gibi önemli yararları vardır. Örneğin; Şirinler, Şeker Kız, Arı Maya gibi çizgi filmler çocuklarda sevgi, yardımseverlik gibi duyguların gelişmesini sağlamaktadır. Finlandiya'da 6 yaşındaki Mike Jahnen nehire düşen arkadaşı Tukka Klaus'u, çizgi filmlerde gördüklerinden yararlanarak, bunları taklit ederek kurtarmış ve madalya alarak ülkesinde milli kahraman ilan edilmiştir (Gönenç, 2005).

Çizgi filmlerin içinde sevgi gibi duygu yüklü durumların yanı sıra var olan şiddet öğeleri ve kahramanların olağanüstü davranışları çocukları ağır bir şekilde etkileyebilmektedir (Evra, 2004).

2.3.1.2. Çizgi Filmlerin Çocuk Üzerindeki Olumsuz Etkileri

Yaşamda karşılaşılan bazı olaylar vardır ki, kısa ve uzun vadede insan yaşamı üzerinde olumsuz etkileri olabilir. Özellikle beş yaşına kadar olan dönemdeki olumsuz bir ses ya da görüntü çocukların üzerinde derin izler bırakabilmekte; bu olumsuz etkiler yıllar sonra bile görülebilmektedir. Çocuklar bir çok olumsuz davranış biçimini, değer yargılarını şiddet içerikli çizgi filmlerden öğrenebilmektedir. Bu durum çocukların psikolojilerini de olumsuz yönde etkileyebilmektedir (Gönenç, 2005).

“Günümüzde çizgi film dizilerinin sayısı daha da artmış durumdadır. Bunu, yayına geçen her yeni TV kanalının çocuklara ayırdığı süreyi çizgi filmlerle doldurmasına borçluyuz. Ne yazık ki, bu çizgi filmlerin hepsi çocuklar için yararlı, onlara yaşamı, arkadaşlığı ve doğru ahlakı sevdirecek diziler değildir. Yetişkin filmlerinde de görülebilecek olan dehşet, şiddet sahneleri, intikam ve kötülük bu dizilerde de bolca bulunmaktadır. Bunun yanı sıra bilim kurgu tipi çizgi dizilerde her türlü yaratıkla karşılaşmak olasıdır. Zaman zaman çocuklar, çizgi filmlerdeki dünyalarında yetişkin dünyasında bile olmayan kavramlarla karşılaşmakta, yaşlarına uygun olmayan konular üzerinde düşünmek zorunda kalmaktadırlar” (Pembecioğlu, 2006).

Çizgi filmlere yönelik eleştirilerde şiddet kavramından sıkça söz edilmektedir. Gerçekten de televizyon kanallarında gösterilen çizgi filmlere bakıldığında sorunların çözümü için şiddete başvurmayı önerdikleri, şiddet içeren sahnelerin güldürücü öğelerle desteklendiği ve böylece şiddetin sevimli kılındığı görülebilir (Güler, 2013). Uzmanlar, çizgi filmlerdeki şiddet içeren sahnelerin çocukları terörize ettiğini ve sosyal gelişimlerini olumsuz etkilediğini ileri sürmektedirler. Şiddet içeren çizgi filmler çocukların şiddeti olağan bir davranış gibi algılamalarına yol açmaktadır (Şahin, 1997).

Çizgi filmlerdeki şiddet sahnelerinin çocukları ne denli etkilediği uzun yıllardır yapılan araştırmalar sonucunda kanıtlanmıştır. Çocukların filmsel gerçeklerden değil de, düş öğelerinden daha fazla etkilendikleri de bilinmektedir (Pembecioğlu, 2006).

Amerikan Psikoloji Derneği'nin televizyon programlarındaki şiddetin etkilerini incelediği araştırmalara göre, şiddet içerikli programları izlediklerinde çocukların saldırgan tutum, değer ve davranışlarında artış olmaktadır (Bandura, Ross & Ross, 1963a ve 1963b; Paik & Comstock, 1994; Pots, Huston, & Wright, 1986; Sanson & DiMuccio, 1993; akt. Peters & Blumberg, 2002). Bu bulgular, çocukların başkalarının davranışlarını ve bu davranışların sonuçlarını gözleyerek öğrendiğini ileri süren Bandura'nın kuramıyla teorik olarak örtüşmektedir (Bandura & Walters, 1963).

Bandura ve Huston (1961)'in araştırmasının bulguları, okul öncesi dönem çocuklarının saldırgan modelleri gözlemesinin, çocukların benzer saldırgan davranışlar göstermeleri için yeterli koşulları oluşturduğunu ortaya koymuştur. Okul öncesi dönem çocukları çizgi filmlerdeki şiddeti ve saldırgan davranışları izledikten sonra oyunlarda, yaşlıları ve yetişkinlerle iletişimlerinde saldırgan davranış gösterebilmektedir (akt. Peters & Blumberg, 2002).

Günümüzde artık birçok ailenin televizyonlarda yayınlanan programları izleme konusunda çocuklarına sınırlama getirdiğini görmekteyiz. Gerçekten de psikolojik gelişim ve baş etme mekanizması belirli bir düzeye gelmemiş çocukların şiddet içeren çizgi filmlerden etkilenmesi kaçınılmazdır. Çocuklar savunmasız bir şekilde çizgi filmin içerdiği mesajlar ile baş başa kalmaktadır. Bu mesajların etkileri yaş gruplarına göre farklılık göstermekle birlikte, genel olarak bilinçaltına şiddet, saldırganlık eğilimi yerleştirdiği gözlenmektedir. Çocuklar bu çizgi filmlerden etkilenerek filmlerde gördüklerini gerçek yaşamda uygulamayı denemektedirler. Örneğin, Mersin'de dört yaşındaki çocuk kendini yedinci kattan aşağıya atarak Pikacu gibi uçmaya çalışmıştır. Bazı çocukların Pokemon'da gördüğü çeşitli hareketlerle arkadaşlarına saldırarak zarar vermesi gibi olaylara rastlanmıştır. Bir anne çocuğunun uykuda sürekli Pokemon'larla savaşıp konuştuğunu söylemiştir (Gönenç, 2005).

“Okul öncesi çocuklarının şiddete hazır hale gelmesinde çizgi filmlerin ve bunlardaki canlı ve parlak görüntülerin payı büyüktür. Bu dönemde çocukların dikkatleri artarak gelişir, üstü kapalı olarak anlatılan olaylardan sonuçlar çıkarırlar ve karakterlerin eylemlerini ya da hareketlerini onaylar ve taklit ederler. Çizgi filmdeki şiddetin gerçek dünyayı yansıttığına inanan ve bunlardan kendine şiddet eğilimli bir kahraman seçen çocuklarda saldırgan davranışlarda artış görülür” (TBMM Araştırma Komisyonu Raporu, 2007).

Televizyon, çocuğun saldırgan davranışlarını arttırabilir (Dworetzy, 1981; akt. Arnas ve Erden, 2006). Televizyondaki şiddet, saldırganlığı uyarmakta, saldırganlığı artan çocuk ise daha çok şiddet içerikli çizgi film seyretmektedir. Erkek çocuklar şiddet ve hareket (aksiyon) içeren çizgi filmleri kızlara nazaran daha fazla izlemektedir (Vasta, Haith & Smiller, 1992; akt. Arnas ve Erden, 2006). Saldırganlık ve şiddet içeren çocuk filmlerinde kahramanların birbirlerini öldürme çabaları ve patlamalar sonucunda acı, kan ve yaralanmalar olmaması, bunları izleyen çocukların saldırganlığın olumsuz sonuçlarını ve bu izlediklerini başkalarına uyguladığında neler olacağını anlayamamalarına; bu da, şiddet içeren davranışlar sergilemelerine neden olabilmektedir (Bee, 1992; akt. Arnas ve Erden, 2006).

Çizgi filmlerdeki kahramanlar aracılığıyla şiddet haklı gösterilmektedir. Büyüme ve gelişme çağındaki çocuklarda çizgi filmlerdeki şiddet sahneleri kötü etki yapmakta, onların saldırganlık dürtülerini harekete geçirmektedir (Gönenç, 2005). Çocuklar izledikleri çizgi filmlerin etkisinde kalarak arkadaşlarıyla iletişim kurarken onlara saygısızca davranabilir, arkadaşlarının mallarına zarar verebilir. Yaptığı bu davranışları kendisi ve arkadaşları normal karşılayabilir, çünkü onlara göre çizgi filmlerdeki ana karakterler böyle yapmıştır, onların yaptıkları doğrudur. Bu yüzden kendi davranışlarının da doğru olabileceği şeklinde bir mantık yürütebilirler. Bu da, toplumda birbirlerini sevmeyen, güvenmeyen, kendi çıkarları doğrultusunda her şeyi yapan, sadece kendilerini düşünen bencil bireyler olmalarına neden olabilir (Anselma, 1987; akt. Arnas ve Erden, 2006).

Kaiser Aile Vakfı'nın çocuklar ve elektronik medya ile ilgili 2006 yılı raporuna göre, altı yaş ve altı çocukların ebeveynlerinin % 68'i çocuklarının televizyonda gördüğü

davranışları taklit ettiğini söylemişler ve bu davranışların % 24'ünü saldırgan olarak tanımlamışlardır (Rideout & Hamel 2006; akt. Blumberg, 2008).

Çizgi filmlerden hemen sonra piyasaya sürülen oyuncaklar çocukların kahramanlarla özdeşleşmesini kolaylaştırmaktadır. Televizyonda yayınlanan çizgi filmler, en çok 6-12 yaş gurubunu etkilemektedir (Rigel, 1993; akt. Gönenç, 2005).

Blumberg ve arkadaşlarına (2008) göre, çizgi filmlerdeki şiddetin küçük çocuklar üzerindeki potansiyel kötü etkileri hakkında bir sonucuna varmak kolay değildir. Çocukların çizgi filmlerde gördükleri komik temalarla işlenmiş şiddet davranışlarını gerçek yaşamda diğer insanlar üzerinde uygulama olasılıklarını azalttığını gösteren bilimsel kanıtlar da vardır. Eğer okul öncesi çocukları çizgi filmlerdeki durumlarla gerçek yaşamdaki benzer durumlar arasındaki farkı ayırt edebiliyorsa, çizgi filmlerdeki şiddetin etkisi genel olarak kabul edildiği gibi olmayabilir (Peters&Blumberg, 2002).

Çizgi film karakteri tarafından gösterilen saldırgan davranışların şiddet olarak tanımlanıp tanımlanamayacağı sorusunun cevabı belirsiz olarak kalmaya devam etmektedir (Condry, 1989; akt. Peters & Blumberg, 2002). Yetişkin televizyon izleyicileri çizgi filmlerdeki şiddeti ve hayal ürünlerini korkutucu, rahatsız edici olarak değil, önemsiz olarak görmektedirler (Potter, 1999; akt. Peters & Blumberg, 2002). Çizgi filmler sadakatin güçlendirildiği, bencilliğin cezalandırıldığı, iyi ve kötünün savaşının yansıtıldığı temalar olarak karakterize edilmektedir. Dolayısıyla iyi ve kötünün arasındaki çatışma ve şiddet, filmin sonunun iyi bitmesinden ötürü uygun olarak görülmektedir (Rutenberg, 2001; akt: Peters ve Blumberg, 2002).

2.4. Yetişkin Rolü ve Medya Okuryazarlığı

Televizyondaki vazgeçilmeyen çocuk programlarının ve çizgi filmlerinin doğru amaçlar için kullanılması, yayın ilkelerini belirleyen, politikaları saptayan kurumların sorumluluk ve duyarlılığına bağlıdır. Önemli olan ne tür programların kime, nasıl ve hangi saatlerde verileceğinin bilincine sahip olunmasıdır (Güler, 1992).

Günümüz koşullarında çocuğu medya iletilerinden tamamen uzak tutmak mümkün görünmemektedir, ancak ebeveynlerin seçici davranabilme ve çocuğun duygularını ve

düşüncelerini ifade etmesi konusunda destek verebilme imkânları vardır. Okul öncesi çocuğunun kitle iletişim araçlarıyla ilişkisinin ebeveynleri tarafından yönlendirilmesi, ebeveynlerin kendi davranışlarıyla da doğru bir model oluşturmaları mümkündür (Gündüz Kalan, 2010). Yetişkin müdahalesi çocukların televizyonda resmedilen sosyal davranışları ve neden-sonuç gibi ipuçları arasındaki ilişkiyi kurmalarına yardımcı olmaktadır (Blumberg, 2008).

Çocukların çoğunun kendi odasında bir televizyonu olmasa da çocuklar televizyon izlemektedir. Bu durum, aile üyeleri tarafından zaman zaman teşvik edilmekte, zaman zaman da bir kısıtlamaya gidilmeksizin çocuklar yetişkinlerin izlediği tüm programlara eşlik etmektedir (Pazar Postası, 1994; akt. Pembecioğlu, 2006). Collins, Berndt ve Hess (1974)'e göre, çocukların televizyonda sergilenen sosyal davranışlar ile bu davranışların sonuçları gibi ilişkileri anlayabilmeleri için yetişkin yardımına ihtiyaçları vardır (akt. Peters & Blumberg, 2002). Çocuğun ekranla tanışma ve çizgi film izleme yaşı mümkün olduğunca geciktirilmelidir. İleriki yaşlarda da aileler çocukları için uygun çizgi filmler seçmeli, içeriği sakıncalı ve şiddette dayalı çizgi filmlerden onları korumalıdır. (Yağlı, 2013).

Televizyon, yaygınlığı ve görsel-işitsel anlam aktarımı özelliğinden dolayı yetişkinler ve çocuklar üzerinde en etkili kitle iletişim aracıdır. Günümüzde çocukların da tüketimin hedef kitlesi olduğu ve onlara yönelik yayınların ağırlık kazandığı göz önüne alındığında ebeveynlerin çocuklarını televizyonun zararlarından koruyabilmeleri için medya okuryazarı olmaları önem taşımaktadır. Okul öncesi dönem çocukları televizyonun olumsuz etkilerine maruz kalmaya çok daha fazla açıktır. Bu nedenle bu dönem çocuklarının televizyon izleme etkinliği, çocukların sağlıklı gelişimi açısından ebeveynlerin gözetimi altında olmalıdır. Küçük çocuklar özellikleri nedeniyle henüz bir birey olarak medya okuryazarı olma yetisine sahip değildir, medya okuryazarı olma yolunda da başta ebeveynlerinin yardımına ihtiyaçları vardır (Gündüz Kalan, 2010).

Medya iletileri ve araçları her yaşta bireyin hayatını etkilediği gibi okul öncesi çağı çocuklarının da hayatlarını etkilemektedir (Tüzel, 2012). Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitiminin ebeveynlere de verilmesi ve okul öncesi çocuklarda da bu bilincin erken yaşta oluşturulması çocuğun ileride bilinçli bir medya okuryazarı olması

açısından önem taşımaktadır (Yılmaz ve Özkan, 2013). Okul öncesinde medya okuryazarlığı eğitiminin en önemli boyutunu ebeveynlerin bilinçlendirilmesi ve eğitimi oluşturmaktadır. Ebeveynler için medya okuryazarlığı daha çok “program seçimi, medyanın kullanım sınırlarını düzenleme, medyayı bir öğrenme aracı olarak kullanmak için aile içi iletişim stratejileri geliştirme” gibi konularla birlikte ele alınmaktadır (Hobbs, 2004). UNESCO (1982) bu gerçeği uzun bir süre önce “medya eğitimi yeterliklerini geliştirmek amacıyla okul öncesi programları başlatılmalı ve desteklenmeli” ifadeleri ile ortaya koymuştur (akt. Altun, 2013).

Ülkemizde medya okuryazarlığına yönelik çalışmaların önemli bir kısmı ‘ilişkilendirme yaklaşımı’ni savunmaktadır. 2012’de RTÜK’ün öncülüğünde gerçekleştirilen Medya Okuryazarlığı Çalıştayı’nın sonuç bildirgesinin ilk maddesi de medya okuryazarlığının okul öncesinden itibaren bütün eğitim kademelerinde öğretim programlarıyla ilişkilendirilmesini vurgulamıştır (Altun, 2010; Çakmak, 2010; Şahin 2011; Tüzel, 2012). Çocuklara ve ailelere verilen bilinçli medya okuryazarlığı eğitimi ülke kalkınmasında hayati rol oynayacak, uzun vadede beyin fonksiyonlarını olumlu etkileyecek (Flynn, 2012; akt. Veryeri Alaca, 2013), farklı gelir düzeyinden birçok çocuğa temel hak ve ihtiyaçlar yolunda destek verecektir.

Yapılan araştırmalara göre, doğru medyaya ulaşılabilmiş çocuklar ulaşamayanlardan çok daha fazla kazanç sağlamışlar; gelecek için umutları çoğalmış, yaşadıkları coğrafya ve dünya kültürleri hakkında bilgi edinme şansı elde etmişler, okula hazırlanma şansları olmuştur. Olumlu ve eğitsel medya, çocukların dil gelişimi başta olmak üzere tüm beyin gelişimine destek verebilmiştir. Çocukların, barışsever bireyler olma kapasitesi, farklılıkları olan kişilere saygı göstermeleri, yaşamdan zevk almaları medyanın doğru mesajları ile sağlanabilmiştir (Lemish & Kolucki, 2010).

2.5. Çizgi Film – Reklam – Tüketim

Çocukların izlediği televizyon kanallarında, internet oyunlarında (ipad, play station vb.), sinema filmlerinde, reklam kuşaklarında canlandırma, özellikle canlandırmanın bir türü olan çizgi filmler ilk sırada yer almaktadır (Güler, 2013). Çizgi film pazarı çizgi filmlerle kalmamakta, bunlara ürünleri de eşlik etmektedir. Kırtasiye malzemesinden terliğe, içinden çizgi film kahramanlarının çıkartmalarının çıktığı cipsler ya da çeşitli gıda ürünlerinden nevresime kadar çok sayıda ürün çizgi filmler ile birlikte pazarlanmaktadır (Gönenç, 2005). Çocuklar için üretilen kalemler, çantalar, kumbaralar, oyuncaklar, nevresim takımlar vb. çizgi film karakterleri, kahramanları gibi tiplerle süslenmektedir. (Güler, 2013). Çocuklar da üzerinde çizgi film karakterleri bulunan ürünleri tercih etmektedirler (Gönenç, 2005).

Çocuklar çizgi filmlere okul öncesi çağda ilgi duymaya başlamaktadır. Bu yaş grubundaki çocuklar sıkı birer tüketici olduğundan sevdikleri kahramanların ürünlerinin de en büyük müşterisi durumundadırlar. Çizgi filmleri gösteren kitle iletişim araçları; çocukların bu masum yönlerinden yararlanarak abartılı bir biçimde tüketimi körükleyen, çocuklara bu ürünleri pazarlama amacı güden firmalara alet olmaktadır (Gönenç, 2005).

Tüketici sosyalleşmesi; çocukların pazarda etkin tüketiciler olabilmeleri için gerekli olan bilgi, yetenek ve tutumları kazanma, yani tüketici kimliğini kazandığı sosyalleşme süreci olarak tanımlanmaktadır. Araştırmalara göre çocukların tüketici olarak sosyalleşmesi sürecinde etkili olan unsurlar yaş, aile, arkadaşlar, okul, kitle iletişim araçları ve markalar olarak sıralanmaktadır. Çocuklar tüketici olarak sosyalleşirken belli aşamalardan geçmektedir ve bunlar reklam ve pazarlama stratejileri oluşturulurken de göz önünde bulundurulmaktadır. Örneğin; 3-6 yaş arasındaki dönemde çocuklar nesnelerin tek boyutunu algırlar. Okumayı bilmemelerine rağmen belli markaları, mağazaları, çizgi film karakterlerini tanıyabilirler. İlgilerini çeken bir ürün için istekte bulunabilir ve ısrar edebilirler (İkinci, 2011).

Reklamlarda çizgi film karakterli oyuncakların ve ünlülerin kullanılması, hareketli, heyecanlı senaryolar ve müzikler etkili yöntemlerdir. Anne-babaların çocuklara yönelik reklamların etkileri konusundaki endişeleri de özellikle son 10 yılda oldukça artmıştır.

Çocukların bilişsel ve sosyal gelişimini tamamlamamış olmaları, reklamların amacının farkında olmamaları, reklamların etkisinde kalmaları ve dolayısıyla reklamı yapılan ürünlere sahip olmanın onlar için tek mutluluk kaynağı haline gelme ihtimali tartışmaların odak noktasını oluşturmaktadır (İkinci, 2011). Sekiz yaş altındaki çocuklar, bu tür reklamların ve pazarlama tekniklerinin amacının onları belli ürünleri almaya ikna etmek olduğunu anlamakta güçlük çekerler, bu yüzden satın almanın çekiciliği karşısında savunmasız hale gelirler (Robertson & Rossitier, 1974; akt. Calvert, 2013).

İki ile altı yaş arasındaki çocuklar markalı karakterleri tanıyabilmekte ve onları ürünle ilişkilendirebilmektedir (Lapierre, Vaala & Linebarger, 2011; akt. Calvert, 2013). Karakterler hakkında olumlu duyguları çocukların gıda tercihlerini de etkileyebilmektedir. Örneğin, yapılan bir araştırmada mısır gevreği kutusunun üzerinde popüler medya karakterlerini gören çocuklar, aynı kutuyu bu medya karakterleri olmadan görenlere göre mısır gevreğinin tadını daha çok beğenmişlerdir (Lapierre vd., 2011; Roberto, Baik, Harris & Brownell, 2010; akt. Calvert, 2013).

Kotler, Schiffman ve Hanson (2012), iki benzer gıda ürünü karşısında küçük yaşta çocukların tanımadıkları jenerik karakterli ürünleri seçmek ve tüketmektense, Susam Sokağı'nın tanıdık karakterlerinin resimlerine sahip gıda ürünlerini seçtiklerini ve tükettiklerini gözlemişlerdir. Ancak çocukların popüler karakterli gıda ürününün tadını beğenmediklerinde karakterlerin çok da etkili olmadığını belirtmişlerdir. Bunun tersine, gıda kutusunun üstünde *Kaşif Dora* ya da *Sünger Bob* medya karakterlerini gören Hollandalı çocuklar, bu kutuya tanımadıkları, yeni bir karakterin resmi olan gıda kutusunu tercih etmemişlerdir. Sonuç olarak, popüler medya karakterleri aracılığıyla pazarlanan ürünlerin tercihi evrensel değildir ve kısmen gıda ürününün tadına da bağlıdır (DeDroog, Valkenburg & Buijzen, 2012; akt. Calvert, 2013).

Çizgi film karakterlerinin birer tüketim nesnesi haline dönüşmesi, pazar için yeni karakterlerin yeniden üretimi ve tüketimde süreklilik sağlanması, üreticilerin hedefi olmuştur. Sektör, sürekli yenilenen ve yeni tüketim nesnesi olarak sunulan çizgi film karakterleriyle bir popüler kültür oluşturmaktadır. Üreticiler bu büyük pazardan pay kapabilmek için yüksek miktarlarda ücretler

ödeyip, çizgi karakterli ürünler üretebilmek için lisans alma yarışındadırlar. Lisanslı ürünler ailelere ek maliyetler yüklemektedir, çünkü bu ürünlerin fiyatı diğer ürünlere oranla daha yüksektir. Lisanslı olmayan çizgi karakterli ürünler daha uygun fiyata satın alınabilmektedir; ancak bu kez de bu ürünlerin çocukların sağlıkları üzerine yapabileceği olumsuz etkiler söz konusu olmaktadır (Karaman, 2010).

Aynı durum ülkemiz için de geçerlidir. Örneğin, Türkiye’de çocukların hedef kitle olamayacağı düşünülen bir sektör olan bankacılık alanında Garanti Bankası’nın Mini Bank projesi kapsamında çizgi film karakterleri de kullanılarak 10 yaşındaki bir çocuk çok küçük bir meblağ da olsa ebeveynleri yardımıyla banka hesabı açmaya teşvik edilmekte ve para kavramıyla tanışmaktadır. Böylece söz konusu banka çocuğun zihninde sevimli çizgi film karakterleriyle yer edecek ve yıllar boyunca o ilk sempatinin ivmesi belki de marka algısı ve tercihi açısından etkili olabilecektir. Pazarlamacılar açısından asıl hedeflenen şey, bu olumlu duyguların tohumunun oldukça erken bir dönemde atılabilesidir. Farklı pazarlarda faaliyet gösteren tüm bu markalar çocuklara neleri satın almaları ve tüketmeleri gerektiğini işaret etmektedir (Bilsen Engin, 2013).

Günümüzde küreselleşme sayesinde küçük bir köy haline gelmiş olan dünyanın özellikle batı tarafında medya kanallarında yayınlanan reklamlar ile çocuklara sunulan çekici tüketim nesnelere çocukların yaşamlarının bir parçası olmuştur. Bu durum farklı sosyoekonomik düzeydeki ailelerin çocukları için de geçerlidir. Kimi zaman ailelerin bu nesnelere için ayırdıkları bütçeler, çocuklarının eğitim harcamalarından fazla olabilmektedir. Örneğin, çocuğa kitap ya da eğitici oyuncak almak yerine bir fastfood zincirinde yemek yedirip çizgi film kahramanlarını içeren oyuncakları almak daha önemli hale gelmiştir (Lindberg, 2013).

Çocuklar 7- 8 yaşına gelene kadar-verilen mesajın ikna edici niyetini algılayamadıkları için-reklamlardan daha fazla etkilenmeye yatkındırlar. Bu durum, bir çocuğun sağlıksız beslenme alışkanlıkları edinmesine de yol açabilmektedir. Çocuklar bir ürünün alım kararı sırasında aileleri üzerinde baskı uygulayarak etkili olabilmekte, eğer aile çocuğun isteğini yerine getirmese, aile ile çocuk arasında sorunlar yaşanabilmektedir (Bülbül, 2008).

Özellikle çocukların özdeşleşmek istediği bir süper kahraman, çizgi film ya da oyun karakteri üzerinden yapılan reklamlar çocukları yönlendirme konusunda oldukça etkilidir. Çoğu reklamda karşılaşılan özendirici içerikler ve dürüst olmayan bilgiler çocuk zihninde ürünlerle ilgili gerçekdışı ve yanlış imajların oluşması için yeterli olmaktadır. Örneğin bir çocuk, reklamını seyrettiği çok şekerli ya da yağlı atıştırmalıkları yenmesi gereken, kendisi için uygun ürünler olarak zihnine yerleştirebilmekte veya yaşına uygun olmadığı halde reklamda gördüğü oyuncacı kararlı şekilde isteyebilmektedir. Ebeveynlerin reklamlar tarafından teşvik edilen yanlış algıları kırabilmesi ve çocuğu doğru olana yönlendirmesi oldukça zor olmaktadır (Olçay, 2013).

Çocuklarda kurumlar, markalar farklı yollar izleyerek, tüketicilerle çocukluklarından başlayarak etkileşime geçmekte ve onların ilgilerini kendi ürün ve hizmetlerine çekmeye çalışmaktadırlar. Markalar kimliklerini oluşturan logolarında kullandıkları sembollerle, sanal ve çizgi karakterlerle, tüketicilerde genç yaşlarından itibaren marka bilincinin oluşmasını sağlamaya çalışmaktadır. Animasyon içeren reklam filminin, içermeyen reklam filmine oranla çocukların markayla duygusal bir yakınlık kurmalarında etkili olduğu ve bu durumun da çocukların ürünü gelecekte daha fazla tüketebilmelerine neden olabileceği sonucuna ulaşılmıştır (Yıldız ve Deneçli, 2013).

2.6. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde tez konusu ile ilgili olarak yurt içi ve yurt dışında yapılmış olan bazı araştırmalara yer verilmiştir.

2.6.1. Türkiye’de Yapılmış Araştırmalar

Dikmen (2002) tarafından yapılan araştırmaya göre, çizgi film kahramanlarının desenlerinden oluşan çocuk tekstilleri ayrı bir sektör haline gelmiştir. Üretici firmaların sipariş kapasitelerinin büyük bir yüzdesi bu parçalardan oluşmaktadır, çünkü çocuklar ağırlıklı olarak bu desenlerden oluşan giysileri giymeyi tercih etmektedir.

Doğan vd. (2004), çocukların boş zamanlarında en çok televizyon seyrettiklerini, en çok seyredilenlerin de çizgi film olduğunu saptamıştır.

Gönenç (2005)'in yaptığı çalışmada şiddet içeren çizgi filmlerin çocuklar üzerindeki olumsuz etkileri incelenmiştir. Televizyon kanallarında yayınlanan çizgi filmlerden örnekler içeriksel olarak irdelenmiştir. Buna göre, çizgi filmlerde her türlü şiddet sahnesine rastlanmaktadır; çizgi film yapımcıları çocukları eğlendirmek adına bombalama, ateş etme, kesici aletleri kullanma gibi olaylara yer vermektedir.

Köşker (2005) tarafından yapılan araştırmada televizyon aracılığıyla çocuklara hem yararlı hem zararlı çizgi filmler sunulduğu saptanmıştır. Ebeveynler bu çizgi filmlerin yararlı ve zararlı olduklarının ayrımını yapabilmekte; çocuklar ise bu ayrımı yapamadan çizgi filmleri eğlendirici bularak izlemekte, bazen olumlu bazen de olumsuz etkilenmektedirler. Yararlı çizgi filmler çocukların hayal gücünü geliştirmekte ve eğitici özelliği ile olumlu etki yapmaktadır. Zararlı çizgi filmler ise çocukların ders çalışmalarına engel olmakta ve onları şiddete yönlendirmektedir.

Aşçı (2006), televizyondaki çizgi ve animasyon karakterlerin farklı yerleşim yerlerinde yaşayan çocukların tüketici davranışlarına etkisini incelemiştir. İlköğretim okullarının 2. ve 5. sınıflarına devam eden 300 çocuktan % 90,7'sinin reklamlarda izledikleri çizgi ya da animasyon karakterlerin ürünlerini satın almak ya da anne ve/veya babalarına satın aldirtmak istedikleri ve aldirdıkları saptanmıştır.

Güler ve Akman (2006), okul öncesi dönem çocuklarının bilim konusundaki düşüncelerini inceleyen çalışmalarında çocukların zihinlerinde bilim insanı görüntüsü oluştururken çizgi filmlerde gördükleri bilim insanı figürlerinden etkilendiklerini saptamıştır.

Karaca ve diğerlerinin yaptıkları araştırmada (2007) dört-13 yaş arası çocukların en çok film-çizgi film kahramanlarının yer aldığı ve çocukların oynadığı reklamlardan etkilendikleri bulunmuştur

Arnas ve Erden (2006)'in araştırma bulgularına göre, çocukların en çok sevdikleri üç çizgi film 'Bugs Bunny', 'Tom ve Jerry' ve 'Pokemon'dur. Çocukların bu çizgi filmleri neden sevdikleri incelendiğinde bir kısmının neden sevdiklerini açıklayamadıkları, diğerlerinin ise sevme nedeni olarak kahramanların yaptıkları kovalamaca oyununu ve

komik olmalarını gösterdikleri belirlenmiştir. Olumsuz dil özellikleri yönünden bu üç çizgi film incelendiğinde her üçünde de en çok öfke ifadeleri, Pokemon'da ayrıca çok fazla anlamsız kelime kullanıldığı görülmüştür. Görüntü içeriği yönünden Pokemon'da garip şekil ve görüntülere, Bugs Bunny ile Tom ve Jerry'de ise kavga ve dövüşe yer verildiği saptanmıştır.

Cesur ve Paker (2007) tarafından yapılan araştırmada yedi-11 yaş arası ilkokul öğrencilerinin televizyonda en çok çizgi film seyrettikleri; bunu dizi, film, belgesel ve diğer çocuk programlarının izlediği saptanmıştır. Çizgi film seyretme oranında yaşla birlikte bir artış olduğu, ancak bu artışın 10 yaşından sonra azalmaya başladığı bulunmuştur. Erkekler kızlara oranla daha çok çizgi film seyretmektedir. Çocuklara en sevdikleri kahraman sorulduğunda ilk olarak bir çizgi film kahramanının, ikinci sırada bir yetişkin dizisinin kahramanının ismini vermişlerdir.

Asena (2009) tarafından yapılan, gıda reklamlarının okul öncesi dönem çocukları üzerindeki etkilerinin annelerce değerlendirilmesine ilişkin çalışmada annelerin tümü çocuklarının çizgi film tarzındaki karakter ve kişilerin yer alması nedeniyle gıda reklamlarını ilgiyle izlediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca ürünler ile birlikte verilen oyuncakların da çocuklar için oldukça cazip olduğu saptanmıştır.

Güneş (2010)'in, çizgi film karakterlerinin Eskişehir'deki 600 ilköğretim 3. 4. ve 5. sınıf çocuklarının satın alma davranışına etkilerini incelediği çalışmasında çocukların tamamının bir çizgi film karakteri oynacağı bulunduğu sonucu elde edilmiştir. Üzerinde çizgi film karakteri bulunan bir veya birden çok eşyaya sahip oldukları da görülmüştür.

Karaman (2010) tarafından yapılan araştırmada anne-babalar çizgi film karakterli ürünleri satın alma nedenleri olarak başka çarelerinin olmamasını; çocuklarını mutlu etmek, çocuğuyla ilgili olduğunu göstermek, çocuğunun başka çocuklara özenmesini önlemek, çocuğunu ödüllendirmek ve çocuğunun motivasyonunu artırmak istediklerini; "benim olmadı onun olsun" düşüncesiyle hareket ettiklerini, kendilerinin bu ürünleri beğenmelerini sıralamışlardır. Çizgi film karakterli ürünleri nasıl satın aldıkları konusunda ebeveynler; çocuklarının para biriktirip aldığını, çocukların istemesi üzerine

kendilerinin satın aldığını, çocukların küsme, ağlama gibi davranışlarla istedikleri için aldıklarını, çocuk istemediği halde kendilerinin satın aldığını ifade etmişlerdir.

Kalan (2010)'ın çalışmasında okul öncesi dönem çocuğu olan ebeveynlerin medya okuryazarlığı kavram bilgisinin olmadığı görülmüştür. Çocuklarına çocuklar için yayın yapan televizyon kanallarını izleterek onları diğer televizyon kanallarının olumsuz içeriklerinden koruduklarını düşünmektedirler. Ebeveynler program seçimi konusunda dikkatli davrandıklarını söylemelerine rağmen kendileri televizyon seyrederken çocuklarının da yanlarında bulunmasını zararlı görmemektedirler. Araştırmanın diğer bulgularına göre ebeveynler, çocuklarının izledikleri çizgi film gibi programların içeriklerine dikkat etmemekte, izleme süresini kontrol altında tutmamakta, televizyonu özellikle beslenme ya da disiplin konusunda bir araç olarak kullanmaktadırlar.

Mert (2010); çocuk televizyonları olan TRT Çocuk ve Yumurcak TV'yi içerik ve biçim yönünden incelediği araştırmasının verilerine içerik analizi yöntemi uygulamıştır. Sonuçlar, bu televizyon kanallarında yayınlanan programlarda şiddet unsuru bulunan yapımların hemen tamamının yabancı kaynaklı yapımlar olduğunu göstermiştir.

Varol ve Civitci (2010) tarafından yapılan çalışmada okul öncesi kız ve erkek çocuklarının giysi süsleme tercihlerine bakıldığında erkek çocuklarda çizgi film, kız çocuklarda masallarda yer alan karakterlerin etkili olduğu görülmüştür.

Oruç ve arkadaşları (2011)'nin çalışmasında çocukların kendi cinsiyetlerinde olan çizgi film kahramanlarını daha çok benimsedikleri ve bunlara olumlu anlamlar yükledikleri bulunmuştur. Örneğin, Ben 10 isimli çizgi filmi izleyen erkek çocukların büyük oranda babalarını, asker, polis, devlet büyüğü gibi kişileri model aldıkları görülmüştür. Aynı durum kız çocuklarında 'Rozy' ve anne olarak yer bulmuştur. Çocukların kahramanları model almalarında iyilik yapma, vatani koruma gibi davranışların da etkili olduğu saptanmıştır.

Özakar ve Koçak (2011)'in yaptığı araştırmanın bulguları şunlardır: Çocukların tümü çizgi film ve dizi izlemekte; çizgi film ve animasyon karakterlerinin ürünlerini almaktadırlar. Bu ürünlerin % 28,3'ünün oyuncak, % 26,7'sinin giysi, % 11,5'inin yatak

takımı olduğu belirlenmiştir. Aldıkları ürünlerin üzerindeki animasyon ve çizgi karakterlerin çoğunlukla Caillou (% 38,96), Ben 10 (% 25,97), Winx Club (% 14,9) olduğu görülmektedir. Çizgi film karakterlerinin ürününü alma nedenleri sorulduğunda güçlü olduğu için (% 28,5), güzel olduğu için (% 22,5), iyi olduğu için (% 20,7) yanıtları verilmiştir. Televizyonda çizgi film olduğunda çocukların % 55,6'sının oyun oynamayı bırakıp izlemeyi tercih ettiği, % 26,9'unun oyun oynamaya devam edip ara sıra çizgi filme baktığı, % 16,7'sinin oyun oynamaya devam ettiği saptanmıştır. Araştırmanın diğer sonuçlarına göre, çocukların % 80'i televizyonda izledikleri çizgi film karakterlerini taklit etmekte; % 80,2'si çizgi kahramanları oyunlarına katmaktadır.

Ülken (2011)'in yaptığı çalışmaya göre, çocuğun televizyondan olumsuz davranışlar öğrenmemesinde aracılık uygulamaları önemlidir. Anne-babayla izlediği için çocuğa programın değerli olduğu mesajını veren 'birlikte izleme aracılık türü'nün, uygun programlar izlendiğinde olumlu sonuçlar vermesi beklenebilir. Çocuğun eğitici programlar izlerken anne-babadan duyduğu yorumların öğrenmeyi kolaylaştırdığını ve yine anne-baba yorumlarıyla olumlu ya da olumsuz davranışları öğrenebildiği ortaya konmaktadır.

Akçay ve Özcebe (2012) tarafından yapılan çalışmada çocukların hafta içi günlük televizyon izleme süresi 1.6 ± 0.9 saat, hafta sonu ise 3.4 ± 1.8 saat olarak bulunmuştur. Çocukların hafta sonu televizyon izleme sürelerinin artması sonucunda olumlu sosyal davranışlarının azaldığı, fiziksel saldırganlıklarının arttığı belirtilmiştir.

Türkkent (2012), okul öncesi eğitim kurumuna devam eden 52 çocuk, bunların anne-babaları ile bu kurumlarda çalışan 20 okul öncesi öğretmeni ile yaptığı nitel çalışmada görüşme tekniğini kullanmıştır. Bu ailelerde çocukların en çok izlediği televizyon programlarının çizgi filmler ve dizi filmler olduğu, en az izlenen televizyon programlarının ise magazin ve belgesel olduğu saptanmıştır. Kız çocukları erkek çocuklarına göre daha fazla televizyon izlemektedir. Görüşmeye katılan annelerin büyük çoğunluğu ve öğretmenlerin tamamına yakını çocukların çizgi filmler, dizi filmler, reklâmlar ve çocuk programlarından etkilendiği yönünde görüş belirtmişlerdir.

Doğan ve Göker (2012) tarafından 3, 4, 5 ve 6. sınıf çocuklarıyla yapılan araştırmaya göre, çocukların en çok sevdiği çizgi film kahramanı dünyada barış ve huzur için çalışan Ben 10'dur ve bu durum, çocukların onu benimsemesinde önemli bir etkidir. Tom ve Jerry'nin ikinci sırada en sevilen çizgi film kahramanı olmasında ikisi arasındaki mücadelenin verdiği heyecan ve üretkenliğin çocuklar üzerinde etkili olduğu düşünülmektedir.

Öztürk Samur vd. (2012) tarafından yapılan araştırmada Pepee çizgi filmi ebeveyn, öğretmen ve çocuk gözüyle değerlendirilmiştir. Çocuklar en çok şarkılar ve halk oyunlarını sevmekte ve aileleriyle Pepee'yi konuşmaktadırlar. Aileler Pepee'nin yerli yapım ve eğitici olması yönlerini olumlu, çocuğa göre basit ve sık tekrarların olmasını da olumsuz bulmaktadır. Anne öğrenim durumu arttıkça televizyon izleme süresinin azaldığı, babanın öğrenim durumunun ise televizyon izleme süresini etkilemediği görülmüştür. Öğretmenler ise sık tekrarların olmasını, karakterin ağızda emzik olmasını, bir yaşında olmasına rağmen üç yaş çocuğunun dil gelişimi özelliklerini göstermesini eleştirmişlerdir. Pepee ve ailesinin toplumdan soyut yaşaması da eleştirilmektedir.

Akbaba Altun, Doğan ve Haktanır'ın (2012) araştırmasında çocukların reklamı resmederken çizgi film kahramanı çizdikleri belirlenmiştir. Erkek çocuklar genellikle örümcek adam, Garfield, robot, Tom ve Jerry, Casper gibi daha çok erkek çocukların izlediği çizgi film karakterlerini çizerken, kız çocuklar sihir ve büyü içeren çizgi film karakterlerini çizmişlerdir.

Özdemir ve Ramazan (2012) tarafından annelerle yapılan araştırmanın bulgularına göre, çizgi filmdeki hayali kahraman, mekân ya da olayların gerçek olduğunu her zaman, sık sık ya da ara sıra düşünen okul öncesi dönem çocuklarının toplam oranı % 55,9 iken ilköğretime devam eden çocuklarda bu oran % 69,8'dir. Çocukların kendilerini çizgi film kahramanları ile özdeşleştirme, çizgi filmde gördüğü hareketleri tekrar etme, çizgi filmde duyduğu kelimeleri ya da ifadeleri günlük hayatta kullanma davranışları açısından okul öncesi ve ilköğretim çocukları arasında fark bulunamamıştır. Okul öncesi ve ilköğretim çocukları çizgi filmlerin içeriği ile ilişkili davranışlar sergilemekte,

çizgi filmlerle bağlantılı taleplerde bulunmakta, çizgi filmler ile ilgili konuşmakta ve sorular sormaktadırlar.

Işıtan ve arkadaşlarının (2012) dört-altı yaş grubundaki çocukların çizgi film beğenilerini ortaya koymak için yaptıkları çalışmaya göre, çocuklar en çok Caillou, Pepee ve Sünger Bob çizgi filmlerini izlemektedir. Çizgi film karakterlerinden en çok Caillou'yu sevdiklerini, Caillou karakterinin yerinde olmak istediklerini söylemişlerdir. Çocukların % 40'ı çizgi film karakterlerinden olumlu davranış öğrendiğini, % 5'i hem olumlu hem de olumsuz davranış öğrendiğini, % 17'si bir şey öğrenmediğini belirtmiş, % 33'ü de yanıt vermemiştir. Çocukların büyük çoğunluğu çizgi film karakteri ile ilgili eşyalar aldıklarını belirtmişlerdir. Çocukların çizgi film izlerken çoğunluğunun ailesinden izin aldığı, % 35'inin yalnız izlediği ve % 35' inin yetişkinle birlikte izlediği bulunmuştur.

Pembecioğlu (2013) yaptığı araştırmada üç-altı yaş çocuklarına “kahramanınız kim?” sorusunu sormuş; Spiderman, Batman, Superman gibi sanal kahramanlardan çok ağabey, dayı, dede, anne gibi gerçek kişiler ile Atatürk, öğretmen, itfaiyeciler ve polisler gibi yanıtlar almıştır. Çocukların bu kahramanları seçme nedenleri arasında ‘yapılan fedakârlıklar ve özverili davranışlar’ öne çıkmış, hatta Caillou çizgi filminden örnek veren bir çocuk, ailenin önemini ve herkese nasıl davranılması gerektiğini ondan öğrendiğini söylemiştir.

Şeker ve Balcı (2013) tarafından yapılan araştırmada Pepee çizgi filminin çocuklar ve ebeveynler tarafından nasıl anlamlandırıldığına saptanması amaçlanmıştır. Ebeveynlerin tümü eğitim öğelerinin iyi bir şekilde kullanıldığına dikkat çekmiş, böylece çocukların bu karakterin hareketlerini ve yaptıklarını taklit etme yoluna gitmesinin de olumlu sonuçlar doğurduğunu ifade etmişlerdir. Katılımcıların çizgi film ile ilgili genel görüşü olumlu olmakla birlikte dizide çok tekrarların olduğu, karakter isimlerinin yanlış seçildiği, tüketime yönlendirdiği gibi olumsuz özellikleri de vurgulanmıştır.

Yıldız ve Denençli (2013), yaptıkları deneysel çalışmada dokuz yaşındaki çocuklara animasyon içeren ve içermeyen reklamlar izletmişler. Animasyon içeren reklam izleyen

denek grubunun reklamı beğenme düzeyinin animasyon içermeyen reklamı izleyen kontrol grubunun reklamı beğenme düzeyinden daha yüksek olduğunu bulmuşlardır.

2.6.2. Yurt Dışında Yapılmış Araştırmalar

Ellis ve Sekyra (1972) tarafından 51 birinci sınıf çocuğu ile yapılan araştırmada sınıftaki çocuklar üç gruba ayrılmıştır. Birinci gruba saldırganlık içeren bir çizgi film 5 dakika süreyle izletilmiş, ikinci gruba 5 dakikalık nötr bir çizgi film izletilmiş, üçüncü grup ise 5 dakikalığına sınıftan uzaklaştırılmıştır. Uygulama sonrasında saldırgan çizgi film izleyen çocukların uygulamanın hemen ardından artan bir oranda saldırgan davranışta buldukları gözlenmiştir.

Bryant ve vd. (1999), Nicelodeon kanalında yayınlanan Blue's Clues'un etkilerini iki yıllık boylamsal bir araştırmayla incelemiştir. Blue's Clues'u düzenli izleyen erken çocukluk dönemi çocuklarının problem çözme ve esnek düşünme düzeylerinin bu programı izlemeyenlerden fazla olduğu ve bu çocukların problem çözmede daha sistematik ve başarılı oldukları sonucu elde edilmiştir.

Bukatko ve Daehler (2004)'in yaptıkları araştırmanın sonuçlarına göre, okul öncesi dönem çocuklarının seyretmek için tercih ettiği programlar sırasıyla çizgi filmler, çocuklar için hazırlanmış eğitici programlar, herkese yönelik komedi ve eğlence programlarıdır.

Blumberg vd. (2008) tarafından yapılan araştırmanın sonuçlarına göre televizyonlarda, özellikle de çizgi filmlerde sergilenen şiddet görüntülerinin çocukların davranışları üzerinde olumsuz etkisi vardır. Ancak çocuklar televizyonda gördükleri şiddet davranışlarına düşünülenden daha az özenmekte, bu davranışları daha az örnek almaktadırlar.

Yüz okul öncesi çocukla yapılan bir araştırmada çocuklar çizgi film izlemeden önce ve sonra gözlenmiştir. Bir grup şiddet içerikli çizgi film izlemiş, diğer grup ise içeriğinde hiç saldırganlık olmayan çizgi filmleri izlemiştir. Şiddet içerikli filmleri izleyen çocukların diğerlerine göre yaşıtlarıyla daha fazla kavga ettiği, büyüklere daha fazla karşı geldiği ve daha sabırsız davrandığı belirlenmiştir. İlk grup oyuncak bebeği

yumruklamış, tekmelemiş, hırpalamış ve saldırgan yetişkinlerin söylediklerine benzer saldırgan yorumlarda bulunmuştur. (Heart, Kruttschnitt & Ward, 1986; Lanchan, 2005; akt. Ertürk 2011).

Okul öncesi çocuklarının ürün seçimlerini saptamak amacıyla gerçekleştirilen kimi araştırmaların sonuçlarına göre çocuklar, markalı ürünleri seçmekte ve kendilerine sunulan yiyeceklerden markalı olanların tadının daha güzel olduğunu iddia etmektedirler. Bir grup okul öncesi çocuk üzerinde yapılmış olan bir gözlem bu duruma örnek olarak gösterilebilir. Çocuklar kendilerine farklı ambalajlarda sunulan yiyeceklerden Mcdonald's'ın logosunu taşıyan ambalaj kâğıtlarına sarılmış olan ve içerik olarak aynı olan yiyecekleri daha lezzetli bulmuşlardır (Lindstrom, 2012; akt. Yıldız ve Deneçli 2013).

Huston ve Wright'ın (1998) araştırma bulgularına göre, okul öncesi dönem çocukları haftada ortalama 30 saat televizyon izlemektedir. Dört yaşındaki çocuklar günde ortalama olarak 50-70 dakika televizyon seyretmekte ve programların çoğunluğunu çizgi filmler oluşturmaktadır. (akt. Huston vd., 1999).

Baker ve Raney (2007), 2003 Haziran ayında yayınlanan çizgi filmlerdeki 70 karakteri incelemiş ve bu karakterlerin üçte birinin kendini koruyabilen, güçlü kadınlar olduklarını saptamıştır. Erkek kahramanlarla karşılaştırıldığında ise kadın süper kahramanların daha duygusal, telaşlı, kolay heyecanlanan, çekici ve yüzeysel şekilde sunuldukları görülmüştür (akt. Heintz & Wartella, 2012).

ABD'de NBC tarafından yapılan bir araştırmada, televizyonda reklamı yapılan bir ürünün çocuklar tarafından sadece tanınmakla kalmayıp aynı zamanda istenildiği de saptanmıştır. Yine aynı araştırma çerçevesinde her 5 anneden 3'ünün çocuklarının isteğini karşılamak amacıyla kullandıkları markalardan vazgeçerek reklamı yapılan markayı satın almak durumunda kaldıkları belirlenmiştir. Okula giden çocuklarından reklamda söylenenlerin doğru olduğunu kabul edenlerin oranı % 43, gösterilenlerin gerçeğe uygun olduğunu düşünenlerin oranı % 58, bütün reklamları sorgulamadan kabul edenlerin oranı ise % 20-22 arasındadır. Çocukların yaşları ilerledikçe reklamlarda

söylenen ve gösterilenlere inanma oranları giderek düşmektedir. Bu ayrımı yapabilme yaşı Türkiye’de ortalama dokuz yaş civarındadır (akt. Elden ve Ulukök, 2006) .

Medyada gösterilen şiddete maruz kalmanın çocuk ve yetişkin izleyiciler üzerindeki uzun süreli olumsuz etkisi; toplum yanlısı davranışlarda azalma, psikolojik uyarılmada, saldırgan düşünceler, davranışlar ve duygularda artış şeklindedir. Krechmar ve Hight (2007), aksiyon içerikli çizgi filmler ya da süper kahraman filmleri izleyen okul öncesi çocuklarının tarafsız video klip ya da animasyon izleyen çocukların aksine, saldırgan bir sonuç çıkarma olasılıklarının daha çok olduğunu saptamışlardır (akt. Blumberg, 2008).

Collins, Berndt ve Hess (1974), anaokulu çocuklarının televizyon karakterlerinin saldırgan davranışlarının sonuçlarını hatırlayabildiklerini, ama bu davranışların nedenlerini tanımlayamadıklarını bulmuşlardır (akt. Peters & Blumberg, 2002).

BÖLÜM III

YÖNTEM

Çalışmanın bu bölümünde araştırma modeli, verilerin elde edildiği çalışma grubu, veri toplama işlemi ve verilerin çözümlenmesi hakkında bilgiler sunulmuştur.

3.1. Araştırma Modeli

Tarama modelindeki bu çalışmada verilerin toplanması ve analizinde nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır.

3.2.Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubunu, Batman il merkezinde bulunan MEB'na bağlı bağımsız anaokullarının arasından amaçlı küme örnekleme yöntemiyle seçilen 5 bağımsız anaokuluna devam eden, normal gelişim gösteren 60-72 aylık 102 çocuk ve anneleri oluşturmuştur.

Çalışma grubunun demografik özellikleri Tablo 3.1'de görülmektedir.

Tablo 3.1. Çalışma Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Frekans ve Yüzde Dağılımı

Demografik Özellik	Değişken	f	%
Çocuğun cinsiyeti	Kız	37	36,3
	Erkek	65	63,7
Anne öğrenim durumu	Diplomasız ve ilkokul mezunu	74	72,5
	Ortaokul mezunu	6	6,0
	Lise mezunu	12	11,7
	Üniversite mezunu	10	9,8
Baba öğrenim durumu	Diplomasız ve ilkokul mezunu	51	50,0
	Ortaokul mezunu	12	11,7
	Lise mezunu	25	24,5
	Üniversite mezunu	14	13,8

Görüldüğü gibi çalışma gurubunu oluşturan çocukların 37'si (% 36,3) kız, 65'i (% 63,7) erkektir.

Çalışma gurubunu oluşturan annelerin 74'ü (% 72,5) diplomasız veya ilkokul mezunu, 6'sı (% 6) ortaokul, 12'si (% 11,7) lise, 10'u ise (% 9,8) üniversite mezunudur. Çalışma gurubunu oluşturan çocukların babalarının 51'i (% 50) diplomasız veya ilkokul mezunu, 12'si (% 11,7) ortaokul, 25'i (% 24,5) lise, 14'ü (% 13,8) üniversite mezunudur.

3.3.Verilerin Toplanması

3.3.1.Veri Toplama Aracı

Yarı Yapılandırılmış Görüşme: Çalışma gurubunda yer alan çocuklar ve annelerine sorulmak üzere araştırmanın amacı doğrultusunda yarı yapılandırılmış görüşme soruları hazırlanmıştır. Bu sorulardan bazıları yalnızca çocuklara, bazıları yalnızca annelere, çoğunluğu hem çocuklara hem de annelere sorulmuştur.

3.3.2.Uygulama

Araştırmanın verileri, çocuklar ve anneleri ile yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler yoluyla toplanmıştır.

Araştırmacı, görüşme yapacağı çocukların velisine ulaşarak bilgi vermiş ve izin istemiştir. İzin alınan velilerin çocukları ile devam ettikleri okul öncesi eğitim kurumunda görüşmüş ve verdikleri cevapları yazarak kaydetmiştir. Çalışma grubundaki 50 çocuğa görüşme soruları bir seferde sorulmuş; sıkılan, dikkati dağılan 52 çocuk ile ikiye bölünerek tamamlanmıştır. Görüşmenin ikinci bölümü, ilk bölümünden bazen bir, bazen iki gün sonra gerçekleştirilmiştir.

Çalışma grubunda yer alan çocuklar ile görüşmeler tamamlandıktan sonra annelere de kendileriyle görüşme yapılması gerektiği söylenmiştir. Annelerle görüşme için uygun zaman belirlenip randevu alınmıştır. Çalışmayan anneler ile görüşme, çocuklarının devam ettikleri anaokulunda duruma göre ya boş bir sınıfta ya da okul yöneticisinin odasında gerçekleştirilmiştir. Çalışan anneler ile görüşme ise çalıştıkları yere gidilerek yapılmıştır. Annelere çalışma grubuna alınan çocuğunun adı söylenmiş ve görüşme sorularını bu çocuğunu düşünerek yanıtlaması gerektiği anlatılmıştır.

3.4.Verilerin Analizi

Çalışma grubundaki çocuklara ve annelerine sorulan sorulardan alınan yanıtların frekans dağılımları hesaplanmış, bazı yanıtlar kategorize edilmiştir.



BÖLÜM IV

BULGULAR

Araştırmada Batman il merkezinde bulunan bağımsız anaokullarına devam eden 60-72 aylık 102 çocuk ve anneleri ile çocukların televizyonda seyrettikleri çizgi filmler ve bu çizgi filmlerin çocuklara etkisi ile ilgili sorulardan oluşan yarı yapılandırılmış görüşme yapılmıştır. Sorulardan bazıları yalnızca çocuklara, bazıları yalnızca annelere, bazıları ise hem annelere hem de çocuklara sorulmuştur. Alınan cevapların frekansları hesaplanmış, bazı cevaplar kategorize edilmiş ve tablolar halinde sunulmuştur.

Görüşmede **ilk soru** olarak **çocuklara** “televizyonda çizgi film izliyor musun?”, **annelere** de “çocuğunuz televizyonda çizgi film izliyor mu?” diye sorulmuş; 102 çocuk ve 102 anne bu soruyu “evet” diyerek yanıtlamıştır.

Görüşmede **çocuklara ikinci soru** olarak “bir günde kaç tane çizgi film izliyorsun?” diye sorulmuş; verdikleri yanıtlar Tablo 4.1.1’de sunulmuştur.

Tablo 4.1.1. Çocukların Bir Günde İzledikleri Çizgi Film Sayısına İlişkin Verdikleri Yanıtların Frekans Dağılımı

Yanıtlar	Kız	Erkek
Bir çizgi film	18	32
İki çizgi film	10	7
Üç çizgi film	7	15
Dört ve üzeri çizgi film	2	11

Tablo 4.1.1. incelendiğinde çocukların yarısının (18 K-32 E) günde bir çizgi film izlediği; 17 çocuğun (10 K-7 E) iki, 22 çocuğun (7 K-15 E) üç, 13 çocuğun (2 K-11 E) ise dört ve daha fazla çizgi film izlediğini ifade ettikleri görülmektedir.

Görüşmede **annelere** ise **ikinci soru** olarak “çocuğunuz bir günde ortalama ne kadar süreyle çizgi film seyrediyor?” diye sorulmuş, verilen yanıtlar Tablo 4.1.2’de sunulmuştur.

Tablo 4.1.2. Çocukların Televizyonda Günlük Çizgi Film İzleme Süresine İlişkin Annelerin Yanıtlarının Frekans Dağılımı

Yanıtlar	f
Bir saatten az	15
Bir saat	20
İki saat	28
Üç saat	19
Dört saat ve üzeri	20

Tablo 4.1.2’de görüldüğü gibi annelerin ifadesine göre çalışma grubundaki 102 çocuktan 15’i günde bir saatten az, 20’si bir saat, 28’i iki saat, 19’u üç saat, 20’si ise 4 saat ve daha uzun süre televizyonda çizgi film seyretmektedir.

Görüşmede **çocuklara üçüncü soru** olarak “çizgi film seyretmezsen ne olur?” diye sorulmuş ve alınan yanıtlar kategorize edilerek Tablo 4.2’de verilmiştir.

Tablo 4.2. ‘Çizgi Film Seyretmezsen Ne Olur?’ Sorusuna Çocukların Verdikleri Yanıtların Kategorilere Göre Frekans Dağılımı

Yanıt Kategorileri	Kız	Erkek
Mutsuz olma	20	38
Öğrenememe	11	17
Bir şey olmaz	2	8
Çocuk olamama	2	1
Cevap vermeyenler	2	1

Tablo 4.2 incelendiğinde, çocuklara sorulan ‘çizgi film seyretmezsen ne olur?’ sorusuna verilen yanıtların 58’inin (20 K-38 E) ‘mutsuz olma’, 28’inin (11 K-17 E) ‘öğrenememe’, 3’ünün (2 K-1 E) ‘çocuk olamama’ kategorisinde toplandığı görülmektedir. 10 çocuk (2 K-8 E) ‘bir şey olmaz’ şeklinde cevap verirken 3 çocuk (2 K-1 E) ise bu soruyu yanıtlamamıştır.

Çocukların Verdikleri Yanıtlardan Örnekler

Mutsuz Olma Kategorisi

Ç18-K: “Üzülürüm”

Ç23-K: “Canım sıkılır”

Öğrenememe Kategorisi

Ç17-K: “Hiçbir şey bilmem”

Ç46-K: “Yeni bir şey öğrenemem”

Bir Şey Olmaz Kategorisi

Ç15-E: “Hiçbir şey olmaz”

Ç30-K: “Bir şey olmaz”

Çocuk Olamama Kategorisi

Ç19-K: “Çocuk olmayız”

Ç21-K: “Biz çocuğuz, seyretmeliyiz”

Görüşmede **çocuklara dördüncü soru** olarak “en çok seyrettiğin, en çok sevdiğin çizgi filmler hangileri, bana iki tanesinin adını söyler misin?”; **annelere de üçüncü soru** olarak “çocuğunuzun en severek izlediği çizgi filmlerden iki tanesinin adını söyler misiniz?” diye sorulmuştur. Çocukların ve annelerinin yanıtları Tablo 4.3’de verilmiştir.

Tablo 4.3 incelendiğinde çocukların en severek izlediklerini ifade ettikleri çizgi filmlerde ilk beşe girenler ‘Cailliou’, ‘Pepee’, ‘Keloğlan’, ‘Ben10’ ve ‘Winx Club’dır. Annelerin çocuklarının en severek izlediğini söyledikleri çizgi filmlerde ilk beşe girenler ‘Cailliou’, ‘Pepee’, ‘Keloğlan’, ‘Ben10’ ve ‘Laura’nın Yıldızı’dır. Çocukların ve annelerin verdikleri bazı yanıtların uyuşmadığı da görülmektedir. Çocukların severek izlediklerini söyledikleri bazı çizgi filmleri anneleri bilememiş, annelerin çocuğunun severek izlediğini söylediği bazı çizgi filmleri çocuklar tercih etmemiştir. Örneğin; altı çocuk Mickey Mouse çizgi filmini sevdiğini ve izlediğini belirtmiş, ancak hiçbir anne bu çizgi filme değinmemiştir. 15 anne çocuğunun Laura’nın Yıldızı çizgi filmini sevdiğini ve izlediğini ifade etmiş, ama hiçbir çocuk bu çizgi filmi tercih etmemiştir.

Tablo 4.3. Çocukların En Çok İzledikleri / Sevdikleri Çizgi Filmlerden İki Tanesinin Hangileri Olduğuna İlişkin Çocukların ve Annelerin Yanıtlarının Frekans Dağılımı

Çizgi Filmler	Çocuk		Anne
	Kız	Erkek	
Cailliou	23	25	75
Pepee	15	23	78
Keloğlan	10	20	40
Ben10	3	27	38
Winx Club	27	-	4
Voltran	20	-	1
Bakugan	3	4	13
Mickey Mouse	4	2	-
Spiderman	2	3	3
Pocoyu	2	2	9
Tom-Jerry	1	3	2
Transformers	-	3	4
Şirinler	-	2	9
Ninja Kaplumbağalar	-	2	1
Arthur	-	2	1
Marsipulami	1	1	1
Flap Jack	1	1	-
Samuray Jack	-	2	-
Johnny Test	1	1	-
Johnny Bravo	1	1	-
Captain Mack	1	1	-
Keloğlan Masalları	-	1	4
Garfield	-	1	1
Superman	-	1	-
Richie Rıch	-	1	-
Batman	-	1	-
Süper Köpek Krypto	-	1	-
Lauranın Yıldızı	-	-	15
Oscar	-	-	2
Ayıcık	-	-	3
Barbie	-	-	3
Cufcuflar	-	-	2
Taş Devri	-	-	2
Richie Rich	-	-	2

Yine Tablo 4.3’de görüldüğü gibi kız ve erkek çocukların sevdikleri/tercih ettikleri çizgi filmler arasında da fark vardır. Hem kızların hem erkeklerin severek izlediklerini belirttikleri çizgi film ‘Cailliou’dur. Erkek çocuklar daha çok ‘Pepee’, ‘Keloğlan’, ‘Ben10’u; kız çocuklar ise ‘Winx Club’ ve ‘Voltran’ı sevmekte ve izlemektedir.

Görüşmede **çocuklara beşinci soru** olarak “en çok seyrettiğini, en çok sevdiğini söylediğin bu iki çizgi filmi niye seviyorsun, çizgi filmde en çok neyi-kimi seviyorsun?” diye sorulmuş; verilen yanıtlar kategorize edilerek Tablo 4.4’de sunulmuştur.

Tablo 4.4. Çocukların Çizgi Filmi ve Çizgi Film Kahramanlarını Sevme Nedenlerine İlişkin Yanıt Kategorilerinin Frekans Dağılımı

Yanıt Kategorileri	Kız	Erkek
Arkadaşlığı ve aile ilişkisini sevme	22	11
Kahramanı sevme	10	38
Kullanılan eşyaları sevme	15	14
Kahramanın gücünü sevme	11	31
Hayvanları sevme	3	5
Öğretici yönünü sevme	1	2

Tablo 4.4 incelendiğinde, erkek çocukların çizgi filmi ve çizgi film kahramanlarını sevme nedenlerinin başında ‘kahramanı sevme’ (38) ve ‘kahramanın gücünü sevme’(31); kız çocuklarda ise ‘arkadaşlığı ve aile ilişkisini sevme’ (22) ile ‘kullanılan eşyaları sevme’ (15) gelmektedir. Diğer iki kategori olan ‘hayvanları sevme’ ve ‘öğretici yönünü sevme’nin tercih edilme oranları hem düşük hem de kız ve erkek çocuklarda birbirine yakındır.

Çocukların Verdikleri Yanıtlardan Örnekler

Arkadaşlığı ve Aile İlişkisini Sevme

Ç2-K: “Mickey Mouse’da arkadaşları var”

Ç20-K:“Pepe, kardeşinin iyi ki doğdunu oluyor, Pepe ona şarkı yapıyor. Babası bisküvi alıyor. Zuzu ona bisiklet, nenesi ona ayakkabı alıyor”

Ç43-K: “Keloğlan arkadaşları var”

Ç44-E: “Pepe annesinin yanına gidiyor, yemek yiyor, annesi ile konuşuyor”

Ç55-E: “Pepe, bisiklete biniyor. Arkadaşlarını çağırıyor. Onlar gelmeyince sıkılıyor”

Ç58-E: “Bakugan yemekleri alıp yiyor, şekerleri alıp arkadaşları ile birlikte yiyor”

Kahramanı Sevme

Ç21-K: “Keloğlan iyi, yeteneğini kullanıyor”

Ç28-E: “Samuray Jack, şeytan ile savaşıyor. Şeytan onu yenemedi. Sihirli bir kılıcı var.
Atı da var ama ölmüş”

Ç36-E: “Alpcemus, kötü robotları öldürüyor, dövüşüyor”

Ç52-K: “Pepe çok güzel oyunlar oynuyor, uzak-yakın oynuyor”

Ç61-K: “Bakugan dragon var, dragon saldırıyor. Ateş ve taş ile saldırıyorlar”

Ç63-E: “Kaptan Mack’de çalan insanlar var. Kaptan Mack buluyor eşyaları”

Kullanılan Eşyaları Sevme

Ç2-K: “Mickey Mouse, çizgi oynuyor”

Ç61-K: “Ben10, saati var. Ondan bir sürü kahraman çıkıyor, kaplumbağa ateş topu”

Ç79-K: “Cailliou, bazen kendisi oynuyor, ev yapıyor”

Ç85-E: “Süper Köpek, kırmızı örtüsü var, tasmaı var”

Ç92-E: “Keloğlan, bisikleti var. Arkadaşının bisikleti de var”

Ç101-E: “Pepe evi var, oyuncaklar var”

Hayvanları Sevme

Ç3-E: “Pepe’nin kedisi var, çiftliği var, ineği var. Maymun da var çiftlikte, maymun arkadaşı”

Ç37-E: “Ninja kaplumbağalar, kimseye kendilerini göstermiyorlar. Birinin çantası çalınıyor, onlar buluyorlar. Fare patronu kendinizi kimseye göstermeyin diyor”

Ç40-K: “Pepe köpekleri gezdiriyor”

Ç81-K: “Cailliou kedisi var. Güzel kedi o”

Ç86-E: “Cailliou, bir çekirge bulmuştu. Çekirge üzgündü, onun ile oyun oynamak istiyordu”

Öğretici Yönünü Sevme

Ç33-E: “Pepe, sayıları öğreniyor, şekilleri, renkleri öğreniyor. Cailliou bir şeyleri öğreniyor. Pepe gibi şekilleri, renkleri öğreniyor”

Ç41-E: “Pepe, kitap okuyor, üçgeni biliyor”

Ç96-K: “Cailliou, trafik lambalarını biliyor, parka gidince ışıkta duruyor. Yeşil yanınca geçiyor”

Annelere dördüncü soru olarak “çocuklar için zararlı olan çizgi filmler var mı?” diye sorulmuş; bu soruyu 30 anne “evet”, 72 anne ise “hayır” diyerek yanıtlamıştır.

Çocuklar için zararlı çizgi filmler var diyen 30 anneye “niye böyle düşünüyorsunuz? Örnek verebilir misiniz?” diye sorulmuştur. Annelerin verdikleri yanıtlardan bazı örnekler şöyledir:

A-2: “Çizgi filmlerdeki tabirleri çocuk dışarıda oyun oynarken kullanıyor. Çocuk şiddetin farkında değil”

A-6: “Kavga etme, vurma, itme hareketleri var”

A-42: “Kırıcı, vurucu çizgi filmler. Ben 10 saatini takmış gibi yapıp uçmaya çalışıyor”

A-44: “Yıldıza tapan bir kız var”

A-47: “Kertenkelenin davranışını yapıyor, oradaki gibi dil çıkarıyor”

Görüşmede **çocuklara altıncı soru** olarak “çizgi filmlerde gördüklerini, öğrendiklerini oyunlarında yapıyor musun? Çizgi film oyunu oynuyor musun?” diye sorulmuş; verilen yanıtlar Tablo 4.5.1’de yer almıştır.

Tablo 4.5.1. Çocukların Çizgi Filmde Öğrendiklerini Oyunlarında Yapıp Yapmadıklarına İlişkin Frekans Dağılımı

Yanıtlar	Kız	Erkek
Evet, oynarken yapıyorum	35	57
Hayır, yapmıyorum	2	8

Tablo 4.5.1’de görüldüğü gibi 102 çocuğun 92’si (35 K-57 E) çizgi filmlerde gördüklerini, öğrendiklerini oyunlarında uyguladıklarını söylemişlerdir.

Annelere beşinci soru olarak “çocuğunuz çizgi filmde gördüklerini oynarken yapıyor mu, oyunlarında uyguluyor mu?”; **altıncı** soru olarak da “çocuğunuz çizgi filmdeki konuşmaları taklit ediyor mu?” diye sorulmuş ve elde edilen bulgular Tablo 4.5.2’de sunulmuştur.

Tablo 4.5.2. Çocukların Çizgi Filmde Öğrendiklerini Oyunlarında Yapıp Yapmadıklarına, Konuşmaları Taklit Edip Etmediklerine İlişkin Annelerin Verdikleri Yanıtların Frekans Dağılımı

Yanıtlar	Evet	Hayır
Çizgi filmde gördüklerini oyunda tekrar ediyor	70	32
Çizgi filmdeki konuşmaları taklit ediyor	62	40

Tablo 4.5.2'ye göre annelerin 70'i çocuğunun oynarken çizgi filmde gördüklerini yaptığını, 62'si çizgi filmdeki konuşmaları taklit ettiğini belirtmiştir.

Çocukların çizgi filmlerde gördüklerini oyunlarında yapmalarına, konuşmaları taklit etmelerine ilişkin anne yanıtlarından bazı örnekler şöyledir:

A15: “Savaş hareketlerini babaya gösteriyor”

A20: “Çizgi filmde kardeşi ile yemek yemeyi görünce, kardeşine hadi yemek yiyelim diyor”

A28: “Bakugan savaşı yapıyor”

A 2: “Caryu enerjisi, yıldırım topu gibi değişik ifadeleri kullanıyor”

A 4: “Kahramanlık olma zamanı diyor”

A 7: “Wings peri tozu isimlerini söylüyor”

A17: “Bebeklere bebe diyor”

Görüşmenin **yedinci sorusunda çocuklara sevdiği çizgi film kahramanının adını söyleyerek “..... yaptığını sen de yapabilir misin?”** diye sorulmuş, yanıtlar Tablo 4.6.1’de verilmiştir.

Tablo 4.6.1. Çocukların Çizgi Film Kahramanının Yaptıklarını Yapıp Yapamayacaklarına İlişkin Yanıtlarının Frekans Dağılımı

Yanıtlar	Kız	Erkek
Yapabilirim	21	40
Yapamam	16	25

Tablo 4.6.1’e göre 21 kız ve 40 erkek çocuk çizgi film kahramanının yaptıklarını kendilerinin de yapabileceğini ifade etmiştir.

“Yapamam” yanıtı veren 41 çocuğa “neden yapamazsın?” diye sorulmuş, verilen yanıtlar kategorize edilerek Tablo 4.6.2.’de sunulmuştur.

Tablo 4.6.2. Çocukların Çizgi Film Kahramanının Yaptıklarını Yapamama Nedenlerine İlişkin Yanıt Kategorilerinin Frekans Dağılımı

Yanıt Kategorileri	Kız	Erkek
Kahramanın özelliklerine sahip olmaması	12	14
Kahramanın yaptıklarının gerçek olmaması	2	5
Kahramanın eşyasından kendisinde olmaması	1	6
Yetişkinlerin izin vermemesi	1	-

Tablo 4.6.2 incelendiğinde, çizgi film kahramanlarının yaptıklarını yapamam diyen çocukların hem kız (12) hem de (14) erkeklerde buna neden olarak en çok ‘kahramanın özelliklerine sahip olmadıklarını’ söyledikleri görülmektedir.

Çocukların Verdikleri Yanıtlardan Örnekler

Kahramanın Özelliklerine Sahip Olmaması

Ç72-E: “Çalışıyorum olmuyor”

Ç77-K: “Çünkü onlar uçuyor, ben uçamıyorum”

Kahramanın Yaptıklarının Gerçek Olmaması

Ç21-K: “Yapamam, çünkü o çizgi film”

Ç31-E: “Gerçek değil, uydurma hikâye, çocuklar için yapılmış”

Kahramanın Eşyasından Kendisinde Olmaması

Ç28-E: “Sihirli bir kılıç olsaydı yapabilirdim”

Ç61-K: “Onun dragosu var, benim yok”

Yetişkinlerin İzin Vermemesi

Ç101-E: “Babam izin vermiyor”

Görüşmenin **sekizinci sorusunda çocuklara** sevdiği çizgi film kahramanının adını söyleyerek “.....sende oyuncacı var mı?”; **annelerin yedinci sorusunda** “çocuğunuzun sevdiği çizgi film kahramanının oyuncaklarını alıyor musunuz?” diye sorulmuş, verilen yanıtlar Tablo 4.7.1’de sunulmuştur.

Tablo 4.7.1. Çocuklarda Çizgi Film Kahramanının Oyuncacının Olup Olmamasına, Alınıp Alınmamasına İlişkin Yanıtların Frekans Dağılımı

	Çocuk Yanıtlar		Anne Yanıtlar	
	Var	Yok	Alıyorum	Almıyorum
Kız çocuk	20	17	88	14
Erkek çocuk	40	25		

Tablo 4.7.1’e göre çalışma grubundaki 37 kız çocuğun 20’si ve 65 erkek çocuğun 40’ı kendilerinde çizgi film kahramanlarının oyuncacı olduğunu söylemişlerdir. Çocukların beyanlarına göre oyuncak sahibi olan toplam çocuk sayısı 60’dır. Annelerin ise 88’i çocuklarına çizgi film ile ilgili oyuncak aldıklarını belirtmişlerdir.

Sekizinci soruya “yok” yanıtı veren **çocuklara** “neden yok?” diye sorulmuş, verilen yanıtlar kategorize edilerek Tablo 4.7.2’de sunulmuştur.

Tablo 4.7.2. Çocuklarda Çizgi Film Kahramanının Oyuncacının Olmamasının Nedenlerine İlişkin Yanıt Kategorilerinin Frekans Dağılımı

Yanıt Kategorileri	Kız	Erkek
Yakın zamanda alınacak olması	12	14
Anne-babanın almaması	3	5
Oyuncağın satılmaması	1	6
Çocuğun istememesi	1	-

Tablo 4.7.2’de kendilerinde çizgi film kahramanının oyuncacının olmadığını söyleyen 17 kız ve 25 erkek çocuğun niye oyuncakları olmadığına dair verdikleri yanıtların gruplanmış hali görülmektedir. Buna göre 26 çocuk yakın zamanda alınacağını, 8 çocuk neden olarak anne-babasının almamasını, 7 çocuk oyuncacının satılmadığını, 1 çocuk da istemediğini belirtmiştir.

Çocukların Verdikleri Yanıtlardan Örnekler

Yakın Zamanda Alınacak Olması

Ç61-K: “Çünkü annem doğum günümde alacağını söyledi”

Ç9-E: “Annem alacak”

Anne-Babanın Almaması

Ç2-K: “Annem almadı, parası yok”

Ç17-K: “Babam alacam diyor, almıyor”

Oyuncağın Satılmaması

Ç13-E: “Çünkü satılmıyor”

Ç63-E: “Çarşıda yok”

Çocuğun İstememesi

Ç4-K: “Ben bebek değilim, büyüdüm artık”

Yedinci soruya “çizgi film oyuncağı almıyorum” yanıtı veren 14 **anneye** “neden almıyorsunuz?” diye sorulmuştur. Verilen yanıtlardan bazıları şöyledir:

A 9: “gereksiz”

A17: “pahalı”

A14: “çocuğum oyuncağa değer vermiyor”

A83: “zararlı buluyorum”

Yedinci soruya “çizgi film oyuncağı alıyorum” yanıtı veren 88 **anneye** “neden alıyorsunuz?” diye sorulmuş; annelerin tamamı “çocuğum istediği için” şeklinde yanıt vermiştir.

Görüşmenin **dokuzuncu sorusunda çocuklara** sevdiği çizgi film kahramanının adını söyleyerek “.....nin sende üzerinde resmi olan çanta, tshirt gibi şeylerin-eşyaların var mı?”; **annelerin sekizinci sorusunda** “çocuğunuza sevdiği çizgi film kahramanının eşyalarını alıyor musunuz?” diye sorulmuş, verilen yanıtlar Tablo 4.8.1’de sunulmuştur.

Tablo 4.8.1. Çocuklarda Çizgi Film Kahramanının Resminin Olduğu Eşyaların Olup Olmamasına, Alınıp Alınmamasına İlişkin Yanıtların Frekans Dağılımı

	Çocuk Yanıtlar		Anne Yanıtlar	
	Var	Yok	Alıyorum	Almıyorum
Kız çocuk	26	11	81	21
Erkek çocuk	46	19		

Tablo 4.8.1'e göre çalışma grubundaki 37 kız çocuğun 26'sı ve 65 erkek çocuğun 46'sı çizgi film kahramanlarının resminin olduğu çanta, t-shirt gibi eşyalara sahip olduklarını söylemişlerdir. Çocukların beyanlarına göre bu tür eşya sahibi olan toplam çocuk sayısı 72'dir. Annelerin ise 81'i çocuklarına çizgi film kahramanlarının resminin olduğu eşyalar aldıklarını belirtmişlerdir.

Dokuzuncu soruya “yok” yanıtı veren **çocuklara** “neden yok?” diye sorulmuş, verilen yanıtlar kategorize edilerek Tablo 4.8.2'de sunulmuştur.

Tablo 4.8.2. Çocuklarda Üzerinde Çizgi Film Kahramanının Resminin Olduğu Eşyaların Olmamasının Nedenlerine İlişkin Yanıt Kategorilerinin Frekans Dağılımı

Yanıt Kategorileri	Kız	Erkek
Anne-babanın almaması	6	11
Eşyanın satılmaması	4	7
Çocuğun istememesi	1	1

Tablo 4.8.2'de kendilerinde çizgi film kahramanının resminin olduğu çanta, t-shirt gibi eşyalarının olmadığını söyleyen 11 kız ve 19 erkek çocuğun niye bu tür eşyalarının olmadığına dair verdikleri yanıtların gruplanmış hali görülmektedir. Buna göre 17 çocuk neden olarak anne-babasının almamasını, 11 çocuk bu tür eşyaların satılmadığını, 2 çocuk istemediğini belirtmiştir.

Çocukların Verdikleri Yanıtlardan Örnekler

Anne-Babanın Almaması

Ç10-K: “Annem, babam almıyor”

Ç29-E: “Babam almadı”

Eşyanın Satılmaması

Ç88-K: “Çünkü öyle şeyleri satmıyorlar”

Ç34-E: “Bulamadık”

Çocuğun İstememesi

Ç5-E: “İstemiyorum”

Ç18-K: “Annemler başka kıyafetler alıyor”

Sekizinci soruya “çizgi film eşyası almıyorum” yanıtı veren 21 **anneye** “neden almıyorsunuz?” diye sorulmuştur. Verilen yanıtlardan bazıları şöyledir:

A22: “pahalı”

A30: “gereksiz buluyorum”

A69: “uygun bulmuyorum”

Sekizinci soruya “çizgi film eşyası alıyorum” yanıtı veren 81 **anneye** “neden alıyorsunuz?” diye sorulmuştur. Verilen yanıtlardan bazıları şöyledir:

A 2: “ihtiyacı vardı”

A 6: “çocuğum istediği için”

A 3: “ben almak istedim”

Çocuklara onuncu soruda çizgi filmleri yalnız mı yoksa birileriyle mi izlediği sorulmuş, alınan yanıtlar Tablo 4.9.1’de verilmiştir.

Tablo 4.9.1. Çocukların Çizgi Filmi İzlerken Eşlik Edilme Durumuna Göre Frekans Dağılımı

Yanıtlar	Kız	Erkek
Her zaman biriyle izliyorum	28	35
Her zaman yalnız izliyorum	5	21
Bazen yalnız izliyorum	4	9

Tablo 4.9.1 incelendiğinde 63 çocuğa (28 K-35 E) çizgi film izlerken her zaman bir bireyin eşlik ettiği, 26 çocuğun (5 K-21 E) çizgi filmi her zaman yalnız izlediği görülmektedir. 13 çocuk (4 K-9 E) ise bazen yalnız çizgi film izlediklerini belirtmişlerdir.

Çizgi filmleri biriyle izleyen çocuklara ve **annelere dokuzuncu** soru olarak çoğunlukla kiminle izledikleri sorulmuş, verilen yanıtlar Tablo 4.9.2’de sunulmuştur.

Tablo 4.9.2. Çocuklara Çizgi Filmi İzlerken Kimlerin Eşlik Ettiğine İlişkin Çocuk ve Annelerin Yanıtlarının Frekans Dağılımı

Yanıtlar	Kız	Erkek	Anne
Aile üyeleri ile	24	35	72
Akraba ile	6	5	3
Arkadaş	3	2	2

Tablo 4.9.2. incelendiğinde hem çocukların hem de annelerin yanıtlarına göre çocukların çizgi filmleri en çok aile üyeleri (anne-baba-kardeş) eşliğinde izledikleri görülmektedir.

Annelere görüşmenin **onuncu** sorusunda “çocuğunuzla birlikte seyrederken çizgi filmler hakkında açıklama yapıyor musunuz?” diye sorulmuştur. 69 anne bu soruyu “evet”, 33 anne ise “hayır” diyerek yanıtlamıştır.

Onuncu soruya “açıklama yapıyorum” diyen 69 anneye “ne ile ilgili açıklamalar yapıyorsunuz?” diye sorulmuş ve alınan yanıtlar kategorize edilerek Tablo 4.10’da sunulmuştur.

Tablo 4.10. Annelerin Çizgi Film İzlerken Çocuklarına Yaptıkları Açıklamaların Yanıt Kategorilerine Göre Frekans Dağılımı

Yanıt Kategorileri	f
İyi örneklere yönelik açıklamalar	21
Çizgi film karakterlerine yönelik açıklamalar	14
Gerçek-hayal ayırımına yönelik açıklamalar	12
Kötü örneklere yönelik açıklamalar	11
Şiddete yönelik açıklamalar	2
Aşırı izlemenin zararlarına yönelik açıklamalar	1

Tablo 4.10’da görüldüğü gibi annelerin çocuklarıyla birlikte çizgi film izlerken yaptıkları açıklamalar ağırlıklı olarak iyi örnekler, kötü örnekler, çizgi film karakterleri ve gerçek-hayal ayırımına ilişkindir.

Annelerin Verdikleri Yanıtlardan Örnekler

İyi Örneklere Yönelik Açıklamalar

A17: “Pepee annesine şarkı söylüyor, kızımın da bana söylemesini istiyorum. Pepee’deki iyi örnekleri söylüyorum.”

A35: “Çizgi filmde gördüklerini soruyor, konuşuyorum onunla. Çizgi filmde gördüklerini benim ile birlikte yapmaya çalışıyor, birlikte sayı saymak istiyor.”

A52: “Calliou annesinin, dediğini yapıyor. Sen de beni dinle, örnek al.”

Çizgi Film Karakterlerine Yönelik Açıklamalar

A 3: “Calliou kaç yaşında, okula gidiyor mu? diye soruyor, cevap veriyorum.”

A33: “Calliou’nun ailesi ile birlikte yaptıklarını soruyor, açıklıyorum.”

A37: “Pepee gibi davranmasını söylüyorum.”

Gerçek-Hayal Ayırımına Yönelik Açıklamalar

A 2: “Korkunç olanların gerçek olmadığını, korktuğunda söylüyorum.”

A 7: “Kanat takıp uçmak gibi gerçekçi olmayan yönleri anlatıyorum.”

A28: “Bazı sihirler yapıyor, onların gerçek olmadığını söylüyorum.”

Kötü Örneklerle Yönelik Açıklamalar

A34: “Calliou bir şeyler yaptırmak istediğinde ağlıyor, annesi de bu yönde davranıyor. Annesi yanlış yapıyor, bunun doğru olmadığını açıklıyorum. Calliou, çok masum değil.”

A61: “Keloğlan, annesinden habersiz dışarıya çıkıyor, sen çıkma diyorum.”

A90: “Çizgi filmdeki isimleri söyleyerek bağırıyor, böyle yapmamasını söylüyorum.”

Şiddete Yönelik Açıklamalar

A16: “Saldırgan davranışlar olduğunda, doğru olmadığını söylüyorum.”

A39: “Kavga davranışının kötü olduğunu söylüyorum.”

BÖLÜM V

SONUÇ, TARTIŞMA ve ÖNERİLER

Bu bölümde, ilk olarak, bu araştırmadan elde edilen bulgular ışığında ulaşılan sonuçlar ve bu sonuçların ilgili alan yazın çerçevesinde tartışılmasına yer verilmiştir. İkinci olarak ise alanda çalışan araştırmacılar ve uygulayıcılar için bu araştırmanın bulguları doğrultusunda öneriler sunulmuştur.

5.1. Sonuç ve Tartışma

Görüşmede çocuklara “televizyonda çizgi film izliyor musun?”, annelerine de “çocuğunuz televizyonda çizgi film izliyor mu?” diye sorulmuş; çocukların ve annelerin tamamı bu soruyu “evet” diyerek yanıtlamıştır. Bu sonuçtan da görüldüğü gibi çizgi film seyretmeyen çocuk yok.

Çocuklar televizyonda izlediklerini söylediği çizgi film en çok Calliou’dur. Benzer bir bulguda Işıtan ve arkadaşlarının gerçekleştirdiği çalışmada karşımıza çıkar. Işıtan ve arkadaşları (2012), tarafından 4-6 yaş çocuklar ile çizgi film tercihleri üzerine yaptıkları betimsel çalışmada da çocukların en fazla Calliou çizgi filmi izledikleri bulgusuna ulaşılmıştır.

Anneler çocuklarının bir günde en çok 2 saat çizgi film izlediğini, en az 4 saat çizgi film izlediğini söylediği belirlenmiştir. Konuyla ilgili çalışmalar incelendiğinde benzer sonuçların elde edildiği görülmektedir. Ramazan ve Özdemir (2012), tarafından okul öncesi ve ilköğretim okullarının 1, 2 ve 3. sınıflarına devam eden çocuklarının anneleriyle yaptığı araştırmada çizgi filmlerin çocukların davranışları üzerindeki etkisi araştırılmış ve çocukların en çok günde 1 veya 2 saat, en az 4 saat ve üstü süreyle çizgi film izledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Kalan (2010), tarafından yapılan araştırmanın bulgularında da çocukların bir günde ortalama 2-4 saat televizyon izlediği, televizyonda da en çok çizgi film izlendiği bulunmuştur.

Çocukların izledikleri söyledikleri çizgi filmler içinde en fazla Calliou yer almaktadır. Anneler ise çocuklarının izlediği çizgi filmler içinde en fazla Pepee yer almaktadır.

Çocuklar ve annelerin çocukların en çok izlediği dört çizgi film isimleri aynıken; bu çizgi filmlerin sıralamalarına bakıldığında anneler çocuklarının en çok pepee çizgi filmini izlediklerini söylerken çocuklar Calliou çizgi filmini izlediklerini söylemişlerdir. Çocuklarının Calliou ve Pepee çizgi filmi izlediklerini söyleyen annelerin ifade sıklığı birbirlerine çok yakın olmasına rağmen anneler ve çocukların ifadelerindeki bu farklılaşmanın kaynağının Pepee çizgi filmin yayınlanma sıklığından dolayı annelerin bu çizgi filmi tercih ediyor olabileceği, düşünülebilir.

Winx Club ve Voltran çizgi filmini sadece kızların, Ben10 adlı çizgi filmi en fazla erkeklerin tercih ettiği görülmektedir. Winx Club adlı çizgi filmin kızlar tarafından tercih edilmesinde ana kahramanın kız olması, Ben10 adlı çizgi filmin erkekler tarafından en çok tercih edilmesinde ana karakterin cinsiyetinin erkek olması ve süper güçlerine bağlı olarak kahraman rolünü sergilemesi olduğu düşünülmektedir. Bu bulguyu destekler nitelikte Işıtan ve arkadaşları (2012), tarafından yapılan araştırmada çocukların çizgi film tercihleri cinsiyete göre incelendiğinde Winx Club'ın ise tamamen kız çocuklar tarafından izlendiği görülmektedir. Ben10 ve Örümcek adam gibi çizgi filmler ise büyük çoğunlukla erkek çocuklar tarafından tercih edilmekte olduğu görülmektedir. Kılıcı (2010), tarafından çizgi filmlerde çocukluk ve toplumsal cinsiyet temsillerine ilişkin yaptığı araştırmada Winx Club çizgi filminde anlayışlı, paylaşımcı, cesur ve farklı ilgi alanları olan kadın temsillerinin öne çıktığı saptanmıştır.

Erkek çocuklarda çizgi filmi sevme nedeni olarak en fazla çizgi filmdeki arkadaşlığı sevme, kız çocuklarında ise çizgi filmdeki aile ilişkisini sevme sonucu bulunmuştur. Kız çocuklarının çizgi filmi sevme nedeninde en az saldırganlığı sevdiği sonucu bulunmuştur.

Erkek çocukların çizgi film kahramanında en fazla saldırganlık içeren davranışları severken, kız çocukları ise çizgi film kahramanında en fazla aile ile iletişim kurmasını sevdiği bulunmuştur. Ellis ve Sekyra (1972), tarafından birinci sınıf 51 çocuk ile yaptığı araştırmada sınıftaki çocuklara gruplar halinde birinci gruba 5 dakikalık agresif bir çizgi

film izletilmiş, ikinci gruba 5 dakikalık nötr bir çizgi film izletilmiş, ve üçüncü grup 5 dakikalığına sınıftan uzaklaştırılmış. Uygulama sonrası sonuçlar, agresif çizgi film izleyen çocukların uygulamanın hemen peşinden gözlemlendiğinde artan bir oranda agresif davranışta buldukları sonucuna varılmıştır. Araştırma, agresif çizgi film izleyen öğrencilerin davranışçı kuramın model alma teorisinde savunulduğu gibi çizgi filmde gösterilen saldırgan uyarıcının tavırlarına benzer tavırlar sergilediğini ortaya koymuştur. Erkek çocukların gün içinde agresif davranışlarında artma olabileceği, kız çocuklarına göre daha fazla agresif davranışlarda bulunabileceği düşünülebilir.

Erkek ve kız çocukları çizgi film kahramanının en az resim yapmasını sevdiği sonucu görülmektedir.

Erkek çocuklarının ana kahramanı şiddet içeren davranışların olduğu çizgi filmleri, kız çocuklarına göre daha çok tercih ettiği düşünülebilir.

Çizgi film kahramanının oyuncasına sahip olmayan çocuklar sahip olmama nedenlerinde en fazla nedenini bilmeme ve anne-babasının izin vermemesi olduğu bulunmuştur.

Çocuklar çizgi filmi izlememe halinde mutlu olmayacakları ve bir şey öğrenemeyeceklerini belirtirken çocuklar, çizgi filmleri mutluluk belirtisi ve yeni bir şeyler öğrenme aracı olarak gördüğü düşünülebilir. Benzer sonuçlar Işıtan ve arkadaşları (2012), tarafından yapılan araştırmada çocuklar çizgi filmleri sırasıyla canları sıkılmaması, eğlenceli olduğu, bir şeyler öğrendikleri için çizgi filmi izlemeyi tercih ettiği sonucu bulunmuştur. Güler ve Akman (2006), tarafından yapılan araştırmada da okul öncesi dönem çocuklarının çizgi film ve filmlerde gördükleri bilim insanı figürlerinden etkilenerek zihinlerindeki bilim insanı görüntüsünü oluşturduğunu saptamıştır.

Araştırmamda mutlu olmama durumunu en fazla erkek çocukların belirttiği görülmektedir. Çocukların çok az bir kısmı çizgi filmi çocuk olmanın bir gereği olarak gördüğü sonucuna varılabilir.

Çocuklar, bir öğrenme aracı olarak en çok Pepee çizgi filmi sonucuna ulaşılırken Yağlı (2013), tarafından yapılan çocuğun eğitiminde ve sosyal gelişiminde Callio ve Pepee çizgi filmlerini içerik olarak incelediğinde Callio'da çocukların günlük hayattaki sorunlarla karşılaştığını ve bu sorunları nasıl eğlenerek çözüp, öğreneceği şekilde hazırlandığını sonucuna ulaşmıştır. Çocukların çizgi filmlerle öğrenme gerçekleştirebileceği sonucu benzer bir şekilde olabileceği sonucu elde edilmiştir.

Çocukların çizgi filmi en fazla evde izlediği, her zaman biriyle izlediği ve bu kişilerin aile-akrabadan birileriyle izlediği bulunmuştur. Bunun araştırmanın yapıldığı ilin genel olarak geniş ailelerden oluşması ve akrabaların birlikte aynı evde yaşamalarından kaynaklanıyor olabileceği düşünülebilir.

Çocuklar filmi en çok her zaman biriyle (en çok aile-akraba eşliğinde) izlerken bazıları çizgi filmi yalnız bazıları izlerken, Işıtan ve arkadaşları (2012), tarafından yapılan araştırmada çizgi filmleri yetişkinle birlikte izleme durumlarında çocukların çizgi filmleri en çok yalnız izledikleri sonucunu elde edilmiştir. Bu araştırmada elde edilen sonuç bu bilginin tersi olması açısından ilgi çekicidir.

Çocukların her istediği zaman çizgi film seyredebildikleri bulunmuştur. Araştırmaya katılan annelerin çocuklarına çizgi film seyretmesinde kısıtlama getirmediği düşünülebilir. Işıtan ve arkadaşları (2012), tarafından yapılan araştırmada çocukların %90'ının çizgi film izlerken her zaman izin aldıkları sonucunu elde edilmiştir.

Çizgi filmde gördüklerini oyunlarında çocukların yer verildiği sonucuna ulaşılırken, Özakar ve Koçak (2011), tarafından yapılan araştırmada da çocukların %80.2 gibi büyük bir oranla çizgi kahramanları oyunlarına kattıkları görülmektedir. Ayrıca çizgi kahramanları taklit eden çocukların %80,2'si bu kahramanları oyunlarına kattıkları sonucu elde edilmiştir.

Anneler, çocuklarının her gün çizgi film izlediklerini ifade ettikleri sonucuna ulaşıldığı görülmektedir.

Annelerin yaklaşık üçte ikisinin çocukları çizgi film izlerken açıklama yaptığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çocukların büyük bir kısmı çizgi film kahramanının oyuncuğuna sahip olmamasına rağmen, annelere göre çocukları çizgi film karakterlerinin oyuncaklarına sahip oldukları bulunmuştur. Çizgi film kahramanını oyuncuğuna sahip olmayan çocukların tamamı bu oyuncaklara sahip olmak istemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bulgular birlikte değerlendirildiğinde özet bir şekilde çocukların tamamına yakını çizgi film kahramanının oyuncuğunu istediği sonucuna ulaşılmıştır. Özakar ve Koçak (2011), tarafından yapılan araştırmada elde edilen sonucumu destekler niteliktedir. Özakar ve Koçak (2011), çocukların tümü çizgi film ve animasyon karakterlerinin ürününü almaktadır ve aldıkları çizgi film ve animasyon karakteri olan ürünlerden %28,3'unun oyuncak, %26,7'sinin giysi, %11,5'inin yatak takımı olduğu belirlenmiştir.

Güneş (2010), tarafından yapılan 3,4,5. sınıflara giden çocuklarla yaptığı araştırmada çizgi film karakterlerinin satın alma davranışlarında etkilerine baktığında araştırmaya katılan çocukların hepsinin sahip olduğu bir çizgi film karakteri oyuncuğı bulunduğu sonucu elde edilmiştir. Yine aynı şekilde üzerinde çizgi film karakteri bulunan bir veya birden çok eşya sahip olduğu sonucu elde edilmiştir.

Birçok çocuğun çizgi film kahramanının oyuncuğı dışındaki materyallere sahip oldukları sonucuna ulaşılmıştır. Anneler de çocuklarının bu materyallere sahip olduklarını belirtmişlerdir. Materyallere sahip olmadığı yönünde görüş bildiren çocuklar ile bu materyalleri çocuklarına satın almayan annelerin görüşleri birbirlerini desteklediği düşünülebilir.

Yağlı (2013), her hikâyede Caillou bir sorunla karşılaşır ve bu sorunun çözüm aşamaları başka olayları da beraberinde getirir. Çocuklar Caillou'yu seyrederken buradaki güncel hayatın akışı içerisinde kendilerini bulurlar. Caillou sokakta, Caillou kurtarıcı, Caillou plajda, Caillou diş doktoruna gidiyor gibi konularda geçen olaylar çocukların eğlenirken öğreneceği şekilde hazırlanmış. Caillou'nun bu olaylara bakışı duyguları, düşünceleri onların akışı içerisinde ön plana çıkartılmıştır.

Yağlı (2013), Caillou maceralarında anne ve baba, çocukları bir şeyleri kırdığında, döktüğünde ya da yaramazlık yaptığında hiç kızmadıkları görülür. Güncel hayatta bunun böyle olmadığı düşünülebilir. Fakat çocuk eğitiminin uzun ve sabır gerektiren bir

süreç olduğunu, çocuklara olumlu davranış kazandırmanın zaman alacağını ailelerin unutmaması gerekir. Caillou“da verilmek istenen mesaj da çocuğa olumlu davranış değişiklikleri kazandırabilmek için ailelerin ona sevgi ve sabırla yaklaşmalarını bilmeleridir.

Yağlı (2013), Pepee çizgi filminde ailelerin çocuklarına vermek istediği davranış değişikliklerini Pepee aracılığıyla çocuklar daha kolay öğreniyorlar. Pepee“nin karşılaştığı sorunlarda açıklayıcı ve yönlendirici bilgiler veren karakterler olarak yer almaktadırlar. Daha sonraki bölümlerde diğer aile bireylerine yer verilerek geleneksel aile tipine gönderme yapılmaktadır. Pepee çocuklara aile sevgisi, paylaşım, yardımlaşma gibi diğer çizgi filmlerde görebileceğimiz olumlu davranışları kazandırmanın yanında özellikle kültürel değerlerin öğretilmesiyle öne çıkmaktadır. Küçük kardeş Bebe“nin Pepee“yle sık sık oyunlar oynaması, onunla birçok şeyi paylaşması, dedesinin ders verici konuşmaları, dış sesin Pepee“ye bilmediği şeylerde yardım etmesi, çocuklara olumlu davranışların müzik eşliğinde öğretilmesi, çocukların ihtiyaçları olan şeyleri orada görmeleri açısından Pepee olumlu bir tablo sergilemektedir.

Yağlı (2013), Pepee çizgi filmindeki bazı bölümlerde kültürel değerleri geliştirici folklorik görselliklere olduğu kadar sözel iletilere de yer verilmiştir. Pepee“nin bazı bölümlerinde olumlu davranışların yanında sözel ve fiziksel şiddete de başvurulmaktadır. Pepee“yi diğer çizgi filmlerle karşılaştırdığımızda çocuklara bilinçaltı mesajlar veren, cinsellik taşıyan, onları olumsuz etkileyebilecek unsurlara pek rastlanmamaktadır. Aksine kültürel değerlerimizi ön plana çıkararak çocuklara bazı değerleri eğlendirerek öğretmesi bakımından faydalı görmekteyiz.

Yorulmaz (2013), tarafından yapılan araştırmada “Pepee keşke onların balonuna binmesine izin verseydin. Sen de şimdi onların balonlarına binebilirdin. Sen bencillik edip balonu arkadaşlarınla paylaşmadın. Oysa paylaşmak çok güzel bir şeydir.” demektedir. Burada bencilliğin kötü bir şey olduğunu ifade etse de paylaşmadaki niyeti menfaat temeline bağlamaktadır. Yani salt iyilik için değil bir gün başkalarına muhtaç olunabilir düşüncesiyle ve karşılık bekleyerek iyilik yapma niyeti ön plana çıkarılmaktadır.

Aksiyon içeren çizgi filmlerde ise kötülere karşı mücadele ile tarihi ve dünyayı biçimlendirme çabası görülmektedir. Düzeni bozmaya yeltenenler kahramanlar tarafından cezalandırılır (Erdoğan; Alemdar, 1994).

Arnas Aktaş (2006) tarafından yapılan araştırmada okul öncesi dönem çocuklarının diğer yaş gruplarına oranla hafta sonu televizyon seyretmeye daha fazla zaman ayırdıkları saptanmıştır.

Ulusal Kablolü Televizyon Kurumu (NTVS) tarafından finanse edilen araştırma sonucunda çocuk dizilerinin yaklaşık 2/3'sinin şiddet davranışları içerdığı saptanmıştır. Bu durum 'anime' olarak adlandırılan Japon çizgi filmlerinde (Cardcaptors, Batman, Beyond vb.) daha da kötüdür. Bu program türü, şiddet davranışı içeren sayısız dövüş sahnelerini içeren 'aksiyon' türü olarak nitelendirilir. Rutenberg'in belirttiği gibi, animeler küçük çocuklar arasında çok popüler programlardır (Rutenberg, 2001; akt. Peters & Blumberg, 2002).

5.2. Öneriler

Okul öncesi eğitim kurumuna devam eden 60-72 aylık çocuklar ve anneleri ile çizgi filmler üzerine gerçekleştirilen görüşmelerden elde edilen sonuçlara dayalı olarak şu öneriler sunulmuştur:

- Bu araştırmanın evrenini Batman ili merkez okul öncesi eğitime devam eden 60-72 aylık çocuklar oluşturulmuştur. Araştırma daha kapsamlı olarak farklı illerden, farklı okullardan daha büyük örneklemeler üzerinde yürütülebilir.
- Araştırma sadece 60-72 aylık çocuklarla çalışılmıştır. Araştırma farklı yaş gruplarında daha küçük ve büyük çocuklarla yapılabilir.
- Araştırma sadece bağımsız anaokullarındaki çocuklarla çalışılmıştır. Bu yöndeki çalışmalar, özel okullarda ve ilkökul bünyesindeki anasınıflarındaki çalışma gurupları üzerinde yürütülebilir.
- Çizgi filmlere yönelik ölçekler geliştirilebilir.

- Ailelere medya okur-yazarlığına ilişkin eğitimler verilebilir.



KAYNAKLAR

- Akbaba Altun, S., Doğan, T. ve Haktanır, G. (2012). 5 yaş çocuklarının reklam kavramı hakkındaki düşüncelerinin incelenmesi. *Çağdaş Eğitim Dergisi*, 1, ss22-30.
- Akçay, D. ve Özcebe, H. (2012). Televizyonun okul öncesi dönemdeki çocukların saldırganlık davranışına etkisi. *Çocuk Sağlığı ve Hastalıkları Dergisi*, Nisan-Haziran. 2012; 55: 82-87.
- Alsaç, Ü. (1994). *Türkiye’de karikatür, çizgi roman ve çizgi film*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Anderson, D. R. (2013). Çocuklar ve medya: Bilişsel gelişim ve eğitim. 1. *Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 2*, ss. 77-89, İstanbul.
- Arnas Aktaş, Y. ve Erden, Ş. (2006). Çizgi filmlerdeki şiddet unsurlarının incelenmesi. *1.Uluslararası Okul Öncesi Eğitim Kongresi Bildiri Kitabı, Cilt III*, ss. 349-358, İstanbul.
- Asena, M. B. (2009). *Gıda reklamlarının okul öncesi dönem çocukları üzerindeki etkilerinin anneler tarafından değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Bahçeşehir Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Aşçı, E. (2006). *Televizyondaki çizgi ve animasyon karakterlerin farklı yerleşim yerlerinde yaşayan çocukların tüketici davranışlarına etkisinin incelenmesi*. Yayımlanmamış yüksek lisans tezi, Ankara Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Bar-On, M.& Broughton, D. D. (2001). Media violence. *Pediatrics*, 108, pp.1222-1226.
- Bilgin Ülken, F. (2011). Televizyon izlemede anne-baba aracılığı ile çocukların saldırgan davranışları arasındaki ilişki. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 11(1), ss.195–216.

- Bilsen Engin, H. (2013). Çocuk ve reklam: Çocuklar olması gerekenden erken büyüyor. *1. Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 1*, ss. 217-234, İstanbul.
- Bryant, J., Muikin, L., Maxwell, M., Munforf, N., Mundorf, J., Wilson, B., Smith, S., McCoUum, J. & Owens, J. W. (1999). *Effects of two years' viewing of Blue's Clues*. Tuscaloosa, AL: Institute for Communication Research.
- Bonnin, A. C., Gilbert, S., Rousseau, E., Mason, P., & Maheux, B. (1991). Television and the 3- to 10 year old child. *Pediatrics*, 88 (1), pp.48-54
- Bukatko, D. & Daehler, M. W. (2004). *Child development. A thematic approach (Fifth Edition)*, Boston, New York: Houghton Mufflin Company.
- Blumberg, C., Bierwirth, P., & Schwartz, J. A. (2008). Does cartoon violence beget aggressive behavior in real life? An opposing view. *Early Childhood Education Journal*, 36, pp. 101–104.
- Bülbül, H. S. (2008). Medyada reklam ve çocuk. *Journal of Pediatrics Sciences* (4) 6, ss,76-81.
- Calvert, S. L. (2013). Medya ve gıda / İçecek pazarlamasının çocuk beslenmesi ve sağlığı üzerindeki rolü. *1. Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 2*, ss. 253-260, İstanbul.
- Can, A. (1995). *Okul öncesi çocuklara yönelik televizyon programları içinde çizgi filmlerin çocukların gelişimine ve iletişimine yönelik etkileri*. Yayınlanmamış doktora tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Cesur, S. ve Parker, O. (2007). Televizyon ve çocuk: Çocukların TV programlarına ilişkin tercihleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi www.e-sosder.com ISSN:1304-0278 Kıs -2007 C.6 S.19 (106-125)*.
- Değer İnanç, D. (1981). *Sanat Olayı Dergisi*, Karacan Yayınları 4, ss.41-51.

- Dikmen, E. (2002). *Günümüzde çocuk tekstillerinde baskı desenleri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Marmara Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü, Tekstil Anasanat Dalı İstanbul.
- Doğan, A. ve Göker, G. (2012). Tematik televizyon ve çocuk: İlköğretim öğrencilerinin televizyon izleme alışkanlıkları. *Milli Eğitim Dergisi* 194, ss. 5-30. http://perweb.firat.edu.tr/personel/yayinlar/fua_1664/1664_74065.pdf
- Doğan, G., Subaşı, N., Çakır, B., Öztürk, P., Yılmaz, B., Hacıoğlu, E., Özşahin, M. ve Yeğnidemir, N. (2004). Bir ilköğretim okulu 5, 6, 7 ve 8. sınıf öğrencilerinin en çok izledikleri televizyon programları ve bu programların şiddet içeriği yönünden değerlendirilmesi. *Çocuk Gelişimi ve Eğitimi Dergisi*, 1 (10-11), ss. 64-70.
- Duran, S. (2011). Çizgi film ne zaman sanat oldu? *Türkiye'nin Güzel Sanatlar Dergisi*, Mayıs sayısı, ss. 77-80.
- Elden, M. ve Ulukök, Ö. (2006). Çocuklara yönelik reklamlarda denetim ve etik. *Küresel İletişim Dergisi*, 2, ss.2-8.
- Ellis, G. T. & Sekrya, F. (1972). The effect of aggressive cartoons on the behavior of first grade children. <http://www.tandfonline.com/loi/vjrl20>
- Ertürk Dilek, Y. (2011). Çocukluk çağı gelişim dönemlerine göre medya kullanımı. 1. *Türkiye Çocuk Hakları Kongresi, Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı*, ss. 67-68, İstanbul.
- Evra, J. V. (2004). *Television and child development (Third Edition)*, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gönenç, Ö. (2005). Çizgi filmlerin çocuklar üzerindeki etkileri. 2. *Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi Bildiri Kitabı*, ss. 1159-1168, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi.
- Götz, M., Holler A. & Unterstell, S. (2013). Okul öncesi çocuklar için televizyonda kalite. 1. *Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 1*, ss. 194-196, İstanbul.

- Güler, A. D. (2013). Soyutun somutlaştırılması: Çizgi filmlerin kültürel işlevleri. *I. Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 1*, ss. 207-215, İstanbul.
- Güler, D. (1989). Çocuk, televizyon ve çizgi film. *A.Ö.F. İletişim Bilimleri Dergisi*, 5, s. 165.
- Güler, D. (1991). *Eğitimde iletişim kurumu olarak çocuk televizyonu ve uygulamaları ile bir model önerisi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, İletişim Bilimleri Yüksek Okulu Yayınları, 143.
- Güler, D. (1992). *Çizgi filmlerin eğitim iletişimi boyutları ve bir örnek olay çözümlemesi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları, 633.
- Güler, D. (1997). *Çocuk dediğin*. Eskişehir: Eğitim Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları 132, s..75.
- Güler, T. ve Akman, B. (2006). 6 yaş çocuklarının bilim ve bilim insanı hakkındaki görüşleri. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 31, ss. 55-66.
- Gündüz Kalan, Ö. (2010). Medya okuryazarlığı ve okul öncesi çocuk: Ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinci üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 39, ss. 59-73.
- Güneş, V. (2010). *Çizgi film karakterlerinin çocukların satın alma davranışlarına etkileri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya.
- Gürsaç, Y. (1993). *Üç boyutlu bilgisayar, animasyon ve yaratıcılık ilişkisi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Heintz, K. E.& Wartella, E. A. (2012). Young children's learning from screen media. *Communication Research Trends*, 31 (3), pp. 22-29.

- Ilgaz, S. (1982). *Canlandırma film eğitimi*. Yayınlanmamış yeterlilik tezi, Mimar Sinan Üniversitesi, İstanbul.
- Ilgaz, S. (1995). *Büyükler de çizgi film sever*. İstanbul: İ.Ü. İletişim Fakültesi Basımevi ve Film Merkezi.
- Işıtan, S., Özgül Güçhan, S. ve Avcı, K. (2012). Çocukların çizgi film tercihleri üzerine betimsel bir çalışma. 3. Uluslararası Okul Öncesi Eğitimi Kongresi, Çukurova Üniversitesi, Adana.
- İkinci, Ö. (2011). Reklamların büyüyen pazarı çocuk tüketiciler. *Bilim ve Teknik Aylık Popüler Bilim Dergisi, Mayıs 2011*, ss. 522.66-69.
- Kaba, F. (1992). *Animasyonun eğitim amaçlı kullanımı*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Kaba, F. (1994). Çizgi film üzerine. *Anadolu Sanat Sürekli Sanat ve Kültür Dergisi, 2*, ss. 32-39.
- Kalan, G. Ö. (2010). Medya okuryazarlığı ve okul öncesi çocuk: Ebeveynlerin medya okuryazarlığı bilinci üzerine bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Hakemli Dergisi, 1(39)*, ss. 59-73.
- Karaca, Y., Pekyaman, A. ve Güney, H. (2007). Ebeveynlerin televizyon reklam içeriklerinin çocuklar üzerindeki etkilerini etik açıdan algılamalarına yönelik bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (2)*, ss. 233-245.
- Karaman, K. (2010). Çizgi / dizi film karakterlerinin çocukların tüketim alışkanlıkları üzerine etkisi (Giresun örneği). *Karadeniz Dergi, 7*, ss.66-84.
- Kaskun, A. ve Öztunç, S. (2003). Çocuk, televizyon ve şiddet. *Ankara Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (<http://ilef.ankara.edu.tr/id/yazi.php>). Erişim tarihi:13.09.2014).
- Kongar, E. (1986). *Kültür ve iletişim*. İstanbul: Say Yayınları.

- Korkmaz, A. ve İrfan, E. (1994). *Popüler kültür ve iletişim*. Ankara: Ümit Yayınları.
- Köşker, N. C. (2005). *Televizyondaki çizgi filmlerin ilköğretim çağı çocuklarının eğitimi üzerine etkileri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Lemish, D. & Kolucki, B. (2010). Medya ve erken dönem çocukluk gelişimi. Çocuklarla iletişim: Yetiştirme, ilham verme, harekete geçirme, eğitime ve iyileştirme ilke ve uygulamaları. 1. *Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 2*, ss. 13-47, İstanbul.
- Lindberg Ahioğlu, E. N. (2013). Küreselleşen dünyada ve Türkiye’de çocukluğun durumu. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 21 (1), ss. 1-10.
- Luther, C.A. & Legg, J. B. (2010). Gender differences in depictions of social and physical aggression in children's television cartoons in the US. *Journal of Children and Media*. 4(2), pp.191-205.
- Mert A. (2010). *Türkiye’de kamusal ve özel yayın yapan çocuk televizyonlarının içerik ve biçimsel yönden incelenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Olçay Kademoğlu, S. (2013). Çocuğun duygusal zekâsını nasıl geliştirebilirsiniz? <http://www.istanbulparentingclass.com/makaleler.php?id=56>.
- Oral, T. (1992). *Çizgi film ders notları*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Yüksek Okulu, Canlandırma Bölümü.
- Oral, Z. (1976). 10. ölüm yılında Walt Disney: Canlandırma sineması, yeni bir endüstri, fantastik bir dünya. *Milliyet Sanat Dergisi*, 209, ss.9-11.
- Oruç, C., Tecim, E. ve Özyürek, H. (2011). Okul öncesi dönem çocuğunun kişilik gelişiminde rol modellik ve çizgi filmler. *Ekev Akademi Dergisi*, 48, ss. 281-297.

- Öcel, N. (2001). *Türk ve dünya sinemasında çocuk imgesi*. İstanbul: İ.Ü. İletişim Fakültesi Yayınları 494.
- Özakar, S. ve Koçak, C. (2012). Kitle iletişim araçlarından televizyonun 3-6 yaş grubundaki çocukların davranışları üzerine etkisi. *III. Ulusal Pediatri Hemşireliği Kongresi*, 6-9 Eylül 2011, DEU Sabancı Kültür Sarayı, İzmir.
- Özdemir Adak, A. ve Ramazan, O. (2012). Çizgi filmlerin çocukların davranışları üzerindeki etkisinin anne görüşlerine göre incelenmesi. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 35, ss. 157-173.
- Özgökbel Bilis, P. (2011). *Çizgi filmlerde temsil edilen toplumsal değerler sistemi*. Yayınlanmamış doktora tezi. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Öztürk Samur, A., Durak Demirhan, T., Büyüктаşkapu, S. ve Önkol, L. (2012). Pepee filminin ebeveyn, öğretmen ve çocuk gözüyle değerlendirilmesi. *TRT 34. Uluslararası Çocuk Şenliği, TRT Çocuk Kongresi*.
- Öztürk, C. ve Karayağız, G. (2007). Okul öncesi dönemdeki çocukların televizyon izleme durumları ve bunu etkileyen durumların incelenmesi. *Milli Eğitim Dergisi*, 175, ss.116-128.
- Pagani, L. S., Fitzpatrick, C., Barnett, T. A., & Dubow, E. (2010). Prospective associations between early childhood television exposure and academic, psychosocial, and physical well-being by middle childhood. *Archives of Pediatrics and Adolescent Medicine*, 164 (5), pp. 425-431.
- Pembecioğlu, N. (2006). *İletişim ve çocuk. İletişim ortamlarında çocuk ve reklam etkileşimi*. Ankara: Ebabil Yayınları.
- Pembecioğlu, N. (2013). Çocuklar için eğitim hedeflerinin eğlenceli içeriğe dönüşmesi sürecinin araştırılması. *1. Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 1*, ss. 473-511, İstanbul.

- Persson, A. & Musher-Eizenman, D. R. (2003). The impact of a prejudice-prevention television program on young children's ideas about race. *Early Childhood Research Quarterly*, 18, pp. 530-546.
- Peters, M. K. & Blumberg, F. C. (2002). Cartoon violence: Is it as detrimental to preschoolers as we think ? *Early Childhood Education Journal*, 29, (3), pp. 143-148.
- Piotrowski, J. T., Valkenburg, P. M. & Vossen, H. G. (2013). Medya ve çocuk gelişimi. *1. Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 2*, ss. 49-67, İstanbul.
- Samancı, Ö. (2004). *Animasyonun önlenemez yükselişi*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 3.
- Selçuk, Z. (2010). *Eğitim psikolojisi*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Serhatlıoğlu, B. (2006). *Televizyon programlarının okul öncesi eğitim kurumuna devam eden 5-6 yaş grubu çocuklarının zihin ve dil gelişimini etkileme biçimlerine yönelik öğretmen ve veli görüşlerinin belirlenmesi*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ.
- Şeker, N. T. ve Balcı, E. V. (2013). Yeni Türk çocuk dizi fenomeni "Pepee" çizgi dizisinin alımlama analizi. *Selçuk Üniversitesi Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Türkiyat Araştırmaları Dergisi*, 33, ss. 243- 263.
- Şirin, M. R. (1999). *Kuşatılmış çocukluğun öyküsü*. İstanbul: İz Yayınları.
- TBMM Araştırma Komisyonu Raporu (2007). *TBMM Çocuklarda ve Gençlerde Artan Şiddet Eğilimi ile Okullarda Meydana Gelen Olayların Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan Meclis Araştırma Komisyonu Raporu*, sayı 1413.
- Türkkent, E. (2012). *Okul öncesi dönem çocuklarının televizyondan etkilenmeleri konusunda anne ve öğretmen görüşleri*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Burdur.

- Tüzel, S. (2012). Okul öncesi müfredatında medya okuryazarlığı izleri: Kanada örneği. *TRT Okul Öncesi Çocuk ve Medya Uygulamaları Kongresi (17- 18 Nisan 2012)*, Konya.
- Varol, E. ve Civitci, Ş. (2010). Okul öncesi çocukların giyinme becerilerini kolaylaştırmaya yönelik giysi tasarımları. *e-Journal of New World Sciences Academy*, 5 (1), pp. 1-16.
- Veryeri Alaca, I. (2013). 0-5 yaş çocuk ve ailelerine yönelik devlet destekli dil gelişimi stratejileri, medya ve okuma kültürü projeleri. *1. Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 1*, ss. 335-370, İstanbul.
- Yağlı, A. (2013). Çocuğun eğitiminde ve sosyal gelişiminde çizgi filmlerin rolü: Caillou ve Pepee örneği. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 8 (10), pp. 707-719.
- Yavuzer, H. (1996). *Çocuk psikolojisi*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yavuzer, H. (2004). *Çocuğu tanımak ve anlamak*. İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Yıldız, Ö.E. ve Deneçli, C. (2013). Reklamda animasyon karakter kullanımının çocukların beslenme alışkanlıkları üzerindeki etkileri. *Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 36, ss.241-253.

YARARLANILABİLECEK BAŞKA KAYNAKLAR

- Aktuğlu Karpat, I. ve Eğinli Temel, A.(2006). Çocuklar reklamlardan ne anlıyor? Çocukların televizyon reklamlarını anlamlandırmasına ilişkin bir araştırma. 3. Uluslararası Çocuk ve İletişim Kongresi (Geleceğin Çocuğuna Kimlik Bıçmek) Bildiri Kitabı. 6- 8 Kasım 2006, İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi. ss. 361-379.
- Akyüz, E. (2013). Çocuğun bilgi edinme ve zararlı yayımlara karşı korunma hakkı. 1. Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 1, ss.115-132, İstanbul.
- Altun, A ve Çakmak, E. (2013). İlköğretim Hayat Bilgisi Dersi Öğretim Programında medya okuryazarlığı eğitimi. Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4 (1), ss. 237-254.
- Altun, A. (2010). Medya okuryazarlığının sosyal bilgiler programıyla ilişkilendirilmesi ve öğretilmesi. Yayımlanmamış doktora tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Altun, A. (2013). Okul öncesi, ilkokul ve ortaokul öğretmenlerinin görüşleri: Medya okuryazarlığı derslerle nasıl ilişkilendirilebilir? 1. Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı, Cilt 1, ss. 59-98, İstanbul.
- Anselmo, S. (1987). *Early childhood development: Prenatal through age eight*. U.S.A: Macmillian Publication Company.
- Arnas Aktaş, Y. (2006). 3-8 yaş grubu çocukların kitle iletişim araçlarını kullanma alışkanlıkları ve aile çevresi. 1.Uluslararası Okul Öncesi Eğitim Kongresi Bildiri Kitabı, Cilt II, ss. 433-453, İstanbul.
- Hobbs, R. (1998). Medya okuryazarlığı hareketinde yedi büyük tartışma. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 37 (1), ss. 122- 140.

- Kılıcı, Ş. (2009). *Tüketim toplumunun bir formu olarak çizgi filmlerde çocukluk ve toplumsal cinsiyet temsilleri: Barbie, Bratz ve Winx Club*. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Küçükerdoğan, R. (2009). Markalar, ikonlar ve tanıdık göstergeler: Maskot kullanımı ve marka. *The Brand Age*, 11, s. 85.
- Seçkin, G. (2011). Popüler çocuk dergileri ve tüketici çocuğun inşası / pazarlaması. *1. Türkiye Çocuk Hakları Kongresi, Çocuk Hakları ve Medya El Kitabı*, ss.238-241.
- Şahin, A. (2011). *Eleştirel medya okuryazarlığı*. Ankara: Anı Yayıncılık.
- Yorulmaz, B. (2013). Pepee çizgi filminin din ve değerler eğitimi açısından değerlendirilmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6 (24).
- Yurtal, F. (2004). Name calling and Peter beliefs among primary school children in Turkey. *Pastoral Care in Education*, 22 (2), pp. 39.