


MEDYA OKURYAZARLIĞI

EYYUB APAK
Rehber Öğretmen &
Psikolojik Danışman



[Gebze Yunus Emre Anaokulu Resmî Web Sitesi](#)



[Okulumuzun Aktif Sosyal Medya Hesabı](#)

Yayınlanma Tarihi



09.05.2025

Değerli velilerimiz,

Medya geniş kapsamda ele alınması gereken bir kavram olup, kitle iletişim araçları anlamına gelmektedir. Kitle iletişim araçları sayesinde dünya adeta küçük bir köy haline gelmiş ve uzak yakın kavramları birbirine girmiştir. Bilgi kaynaklarının kirliliği ve sağlıksız oluşu da doğru-yanlışın iç-içe geçmesine neden olmuştur. Akıllı telefonun hayatımıza girmeden önceki geçmiş zamanlarda basın yayın organları (radyo, televizyon, gazete, dergi..) aracılığıyla ulaşabildiğimiz bilgiler ve içerikler artık küçük bir çocuğun bile elinde bulunan tablet, telefon gibi teknolojik araçlarla hem çok yaygın ve kolay ulaşılabilir hale gelmiş hatta 7'den 70'e birçok bireyin medya içerik üreticisi konumuna gelmesine olanak tanımıştır. Bu durum aşağıda belirtileceği üzere gerek tüketim alışkanlıklarında gerek insan ilişkilerinde gerekse toplum yapısında olumsuz değişimlere ön ayak olmuştur.

Bilindiği üzere medyanın varlığını sürdürebilmesinin ön koşullarından en önemlisi reklam gelirleri elde etmektir. Bu bağlamda sunulan içeriklerin izleyiciyi ekran başına kilitler nitelikte olması gerekir çünkü firmaların kanalın sevilen programlarının arasına reklam verme talebinde bulunması ve kanalın reklam üzerinden kasasını doldurması buna bağlıdır. Hal böyleyken genel bir yorumda bulunacak olursak izleyiciye sunulan içeriklerin neredeyse tümü kâr elde amacı gütmektedir. Bazen bu gelirlerin daha fazla artırılması için programa verilen aralardaki sıkıcı, tekrarlı ve uzun reklamlara ek olarak programın içine de ürün yerleştirme suretiyle farklı bir reklam stratejisi de izlenebilmektedir. Toplum mühendisleri sevdiğiniz programın içine bilinçaltımızı hedef alan nice unsuru subliminal mesajlar olarak ta enjekte etmekte ve böylelikle davranışlarımızı da değiştirmektedirler.

Tüm bu yazılanlardan hareketle şunu açıkça söylemeliyim ki çoğu çizgi film, eğlence, dizi, film veya oyun programları gibi içerikler yapımcının bizi mutlu etmesi, güzel zaman geçirmemizi istemesi için değil aksine öncelikle kasasını doldurması için üretilmiştir ve insan psikolojisi üzerine oldukça fazla olumsuz etkiye bulunabilecek nitelikteki unsurlardır. İzleyiciyi ekranın esareti altında tutmak için "severek izlenen programların en önemli, en heyecanlı ve nefes kesici bir anında reklama girmesi" durumundan sonra "kaçırma endişesi" yaşayan izleyici maruz kaldığı reklamlar nedeniyle tüketim alışkanlıklarında değişimler geçirmektedir. Özellikle çocuklar arasında önemli bir soruna yol açan bu durum; ilk defa piyasaya çıkan bir ürüne en önce sahip olma, gösterişin peşinde koşma, marka takıntısı, yokluk - kıymet bilmeme, aza kanaat etmeme, tutumlu olmama, birikim yapmama, eskimiş ürünü hakir görme; yenileme veya tamir yoluna gitmeden çöpe atma, har vurup harman savurarak anormal alışveriş çılgınlığı gibi istenmedik davranışları ortaya çıkarabilmektedir.

Medya, keyfin ve eğlencenin kaynağının yeme-içme ve alışverişten ibaret olduğunu bilinçaltımıza empoze eder ve bu durum obezitenin yaygınlaşması, gardıroplardan kıyafetlerin taşması, ayağın yorgana göre uzatılmaması, borcun başka bir borçla kapatılarak kredi bataklığına girilmesi, maddi sorunlara bağlı şiddetli geçimsizliklerin yaşanması, fonksiyonel olmayan birçok unsurun sırf gösteriş pahasına stoklanması-biriktilmesi, insan ilişkilerinde paranın belirleyici rolünün giderek artması, israfın had safhalara ulaşması, hayal edilen ürünlere hemen sahip olunması için bahis oyunlarına rağbet edilmesi gibi olumsuz sonuçlar doğurmaktadır.

Medyanın tüketim noktasında bizlere verdiği zararın yanı sıra ayrıca doğru bilginin çarpıtılması, yanlış bilgi kaynaklarına yönlendirmesi, taraflı bilgi aktarması, kültürel emperyalizme aracılık etmesi, toplumu yozlaştırması, ahlakı çökertmesi, yanlış unsurların propagandasıyla insanları yanıltması, zamanın boş yere harcanmasına neden olması, ilginin-dikkatin-enerjinin faydasız uğraşlarla boşa gitmesine sebebiyet vermesi, düşünmemiz gereken önemli konuların yerine gereksiz konulara odağımızı kanalize etmesi, gençlerin ahlak problemi olan fenomen şahısların peşinde koşmalarına ve onları idol olarak seçmelerine neden olması, bireyleri yanlış akımlara sevk ederek türlü ahlaksızlıklar yapmalarını teşvik etmesi, insanların fenomen olma yolunda özel hayatlarını ifşa etmesinin yolunu açması, türlü maskaralıklarla değerlerimizin göz ardı edildiği içerikleri yaygınlaştırması gibi daha birçok sayamadığımız zararların ortaya çıkmasında etkili rol oynamaktadır.

Medyayı takip ederken tüm bu aktarılan acı verici gerçeklere dikkat edilmeli, doğru bilgi kaynağına ulaşmak için ince eleyip sık dokumalı, çocuklarımızın özünün-mayalarının medya esareti nedeniyle bozulmasına mahal vermemeli ve medya okuryazarlığını gözeterek medyayı sınırlı ve doğru bir şekilde kullanmaya dikkat etmeliyiz. Çocuklarımızı medyanın esareti altından kurtarmamız ve farkındalık kazandırmanız dileğiyle...