

Dijital Çağın Çocuklarının Serbest Zamanı

PROF. DR. FİLİZ AYDOĞAN
Marmara Üniversitesi

Giriş

Günümüz toplumsal yaşamının serbest zaman açısından getirdiği en çarpıcı sonuçlar, herkes için serbest zaman sağlayan teknolojik gelişmeler, işsizlik ve serbest zaman olanaklarındaki artıştır. Günümüzde serbest zaman etkinliklerini, sosyal medyada vakit geçirmek, video ya da televizyon izlemek, gazete ve dergi okumak, kişisel bilgisayarlar gibi ev içindeki araçlarla geçirilen zaman olarak “ev içi serbest zaman etkinlikleri” ve uzak yerlere gidebilme olanağı sağlayan turizm gibi “ev dışı serbest zaman etkinlikleri” biçiminde, iki başlık altında toplamak mümkündür. Ama ev dışı serbest zaman etkinliklerinin, gelir düzeyinin yüksekliği ve araba sahipliğiyle ilgili olması nedeniyle, günümüzde ev içi serbest zaman etkinliklerine, ev dışı etkinliklere göre daha çok zaman ayrıldığı ortaya çıkmaktadır. Ayrıca, günümüzde, sinema, tiyatro ya da spor karşılaşmalarını izlemek gibi geleneksel serbest zaman etkinlikleri, ev ve araba sayesinde yapılan etkinliklere göre gittikçe azalmaktadır. Bu nedenle, önceki dönemlerde olduğu gibi, günümüzde de gelir, serbest zaman etkinliğini belirleyen en önemli öge olmayı sürdürmektedir. Serbest zaman etkinliklerinin gittikçe ev merkezli bir duruma gelmesi, ev dışı eğlencelerin yerini ev içi eğlencelere bırakması, televizyonun yanında sesli ve görüntülü yeniden üretim donanımlarını, telekomünikasyon ve bilgisayar teknolojilerini, yeni medyayı giderek artan bir biçimde yaşamımıza sokmaktadır. Üstelik, toplumsal kesimlerin çoğu gibi çocuklar da okul dışındaki serbest zamanlarını bu yeni medya ortamlarında geçirmektedir.

Serbest Zaman ve Çocuklar

Gereken de artık pek çok şeyi elektronik yollarla bilmeye, tanımaya, deneyim edinmeye alıştığımız günümüzde, çocuklar bile, televizyonu, bilgisayarı ev yaşamının bir parçası, hatta en yakın arkadaşları olarak görmektedir. Aslında bu durum “Net Nesli” olarak adlandırılan, bilgisayara bağlı olarak yaşayan, yeni bir neslin ortaya çıkmasını da çıkarmıştır. Üstelik, tıpkı yetişkinler gibi, günümüz çocuklarının serbest zamanının da ev merkezli bir duruma gelmesi,

aileler için çocuklarının serbest zamanlarını önemli zamanlar hâline getirmiştir. Geç-kapitalizm çağında, yetişkinler için çalışma ve serbest zaman arasındaki ayırım nasıl bulanıklaşmışsa çocuklar için de durum farklı değildir. Başka deyişle, günümüzün serbest zamanı, Bauman'ın sözünü ettiği, *akışkan* bir hâl almıştır; akışkan, serbest zamandır artık.

Bu duruma uygun olarak, yetişkinlerin önemli zamanlar olarak önemsedikleri bir zaman dilimi olarak, çocukların serbest zamanı, taşıdığı öğrenme potansiyelleri açısından değerlendirilir duruma gelmiştir. Çocuklar açısından eğlenceyle eğitimin iç içe olmasını gerektiren bu yeni serbest zaman anlayışının en tipik örneği, çocukların yeni medya teknolojilerini, özellikle ev içi bilgisayarları ve interneti kullanmalarında karşımıza çıkmaktadır.

Bugün sermaye ve teknoloji, bilgi ve eğlence sanayilerinin bir arada bulunduğu bir tekno-kapitalizm çağında enfo-eğlence toplumunda yaşamaktayız. Enfo-eğlence terimi, çağdaş toplumların örgütlenmesinde bilgi ve eğlence sektörlerinin bir arada hareket etmesini gerektirir. Enformasyon teknolojileri, yeni medya sayesinde eğlenceyi internetten politikaya kadar her yere yayar. Bu anlamda, hem eğitimi hem de eğlenceyi barındıran bir araç olarak yeni medya gerek yetişkinler gerekse çocuklar açısından çok uygun bir örnektir.

Yeni medya teknolojileri ve çocuklar arasındaki ilişkiyi irdeleyen yazarlar; çocukların, eskiye oranla daha az televizyon izlediklerini ve zamanlarını bilgisayar karşısında daha fazla geçirdiklerini belirtmektedir. Gene pek çok yazarın belirttiğine göre, bu yeni nesildeki çocuklar, bilgisayarı öğrenmek için, eğlenmek için, alışveriş için, iletişimde bulunmak için, oyun oynamak için kullanmaktadır. Bu yazarların bazıları ise yeni medya ve çocuk arasındaki ilişkiyi olumlamakta hatta siber alanları, net neslinin oyun alanları hatta çocuk hâline geldikleri alanlar olarak görmektedir.

Endüstri Olarak Serbest Zaman

Ancak, yaşadığımız çağın, dijital çağın çocuklarının serbest zamanlarında yeni medya mecralarını, interneti kullanmasıyla, çocuklar için bir oyun alanı hâline geldiğini savunan görüşe katılmak, pek doğru gözükmemektedir. Çünkü bugün bırakalım internet, yeni medyayı sinemada film izlemek, tiyatroya gitmek ya da turlara katılmak gibi kolektif olarak yapılan serbest zaman etkinlikleri bile eğlence endüstrisi tarafından kitlelere hazırlanarak sunulmaktadır. Birey bu paketlenmiş meta, gezi ya da etkinliklere parasını ödeyerek edilgin bir biçimde katılmaktadır. Bilindiği gibi, Durkheim'a göre kolektif etkinlikler, toplumsal bir örgütlenmeyi sağlamaları açısından çok önemlidir. Çünkü kolektif etkinliklere katılım, bireylerin kalıplaşmış toplumsal rollerini ortadan kaldırarak bireye toplumun geniş katmanlarına katılma ve bu katmanların bir parçası olma duygusunu vermektedir. Örneğin, ilkel toplumdaki bireylerin aktif olarak

katıldıkları oyun ve çalışma böyle etkinliklerdir. Modern dönemden önceki oyun oynama, şarkı söyleme, sesli okuma gibi serbest zaman etkinlikleri, ev içinde ev halkının katılımını gerektiren yaratıcı ve katılım isteyen etkinliklerken, modern toplumda ailenin merkezi ev olmasına karşın, aileler yemek ve serbest zamanları dışında bir araya gelmezler ve onları bir araya getiren serbest zaman endüstrisinin en önemli parçası televizyondur. Günümüzde ise yeni medya, bu bir araya gelmeleri de engellemektedir. Günümüzde yeni medya teknolojisi artık bu toplanmaları ortadan kaldırmakta, aile bireyleri arasında dijital bir izolasyona yol açmaktadır. Bununla birlikte, geleneksel medyayı da içine alan bu yeni medya teknolojileri sayesinde çocuklar da dâhil tüm toplumsal kesimler için günlük yaşam gittikçe artan ölçülerde, küresel bir serbest zaman endüstrisi tarafından biçimlendirilmektedir. Bu nedenle, gerek insanın kendisine ait olan bir zaman ve bu zamandaki deneyime verilen bir ad olarak modern anlamda serbest zaman kapitalizme özgü bir zamandır.

Günümüzde çok fazla zaman ve mekân, serbest zaman için kullanılmakta, gene çok fazla para serbest zaman endüstrisine harcanmaktadır. Bugün dünyada beş günlük çalışma haftası standart hâle gelmiştir. Ayrıca kamusal tatillere ek olarak iki ya da üç haftalık ücretli tatiller yasal bir haktır. Hatta gelecekte hafta sonu tatilinin üç güne çıkacağı beklenmektedir. Günümüzde çalışma zamanları azaltılırken, ücretler artmaktadır. Ama çalışmadan kazanılan ücretin büyük bir kısmı da bu eğlence ve dinlencelere katılabilmeye harcanmaktadır. Uzmanlaşmış serbest zaman endüstrileri, kitlelerin serbest zamanlarının geçirilmesi için eğlenceyi, dinlenceyi satmak üzere yaratmaktadır. Artık hemen herkesin evinde televizyon var, hatta video alıcıları ve bilgisayarlar bile birer ev içi donanımı hâline geldi. Kişi başına alkol tüketimi, araba sahipliği, spor yapanların sayısı giderek artmaktadır. Ayrıca televizyon, gazete, popüler edebiyat, popüler müzik daha önce hiç örneği görülmemiş çeşitlilikte sanat ve kültür ürününü insanların yaşamına sokmuştur. Toplumsal yaşam, barların, diskoların, *fast food*ların artmasıyla hareketlenmiş, tatil ve yolculuk olanakları genişlemiştir. Turizm de tıpkı diğer serbest zaman etkinlikleri gibi, çok büyük bir endüstri kolu hâline gelmiştir. Yeni medya da kentte ya da köydeki tüm evlere girmekte ve toplumda geçerli olan yeni başarı öyküleri ve gene yeni serbest zaman etkinlikleri sunmaktadır.

Ayrıca, televizyon, radyo, televizyon, bilgisayar gibi kitle iletişim araçları da serbest zaman etkinliklerini evde toplaması sayesinde eğlence, ucuza ve hiçbir çaba göstermeye gerek kalmadan alınmaya başlamıştır. Bu araçları da içine alan serbest zaman endüstrisi, oyun için gerekli yer, donanım, giysi ve etkinlikleri de kendi istediği biçimde düzenleyerek, oyunu insanların ve çocukların piyasada belli bir fiyatta bulabilecekleri bir meta hâline getirmiştir. Bu nedenle, modern dönemde serbest zaman hem metalaşmış hem de homojenleşmiştir. Ayrıca serbest zaman endüstrisi; sanat, spor, gezi olanaklarını, deneyim olmaktan çıkarıp evde oturarak yapılan etkinlikler hâline getirmiştir.

Maalesef çocuklar, çocuklara yönelik dergiler, programlar, filmler, çizgi filmler, video ve bilgisayar oyunları, oyuncak karakterleriyle cirosu milyar dolarları bulan serbest zaman endüstrisinin parçası ve tüketicisidir. Bu nedenle, günümüzde reklam mesajlarının büyük bir kısmı çocuklara yöneltilmiştir. Serbest zaman endüstrisi bu mesajlarda, çocuklara serbest zaman dünyasını “davranışsal bir özgürlük” alanı olarak nitelendirerek, aile dünyasının değerlerine ve tanımına müdahale edebilmekte, hatta doğrudan çocuklara yönelik olmayan reklamlar bile çocuklar adına ve ebeveynlerin tutumları üzerine yazılmakta, böylelikle reklamlarda çocukların gereksinimlerinin bu endüstrisi tarafından daha iyi anlaşıldığı mesajı verilmektedir. Oysa, çocuk eğlencesi etiketi takılan bu ürünlerle yapılan, çocukların bilinçsiz zihinlerini meta pazarı tarafından sızılan alanlar hâline dönüştürmekte, verili ideolojinin sürmesi ve yaygınlaştırılması çocuklukta başlamaktadır.

Sonuç

Değişen serbest zaman anlayışı ve çocuklar arasındaki ilişki göz önüne alındığında, günümüzde maalesef dijital çağın çocukları da bu serbest zaman endüstrisinin müşterileridir artık. Her ne kadar günümüzün çocuklarının serbest zamanlarında televizyon izleme süreleri azalsa da, televizyondan alınan süre, serbest zamana el koyan bir başka medyaya, yeni medyaya, internet ve bilgisayara geçmektedir ve yeni medya evlerimize daha fazla sızdıkça, bu eğilim daha da artacaktır. İletişim teknolojileri açısından bakıldığında, televizyondan interaktif bir dünyaya geçiş, bu yeni nesil için elbette çok önemlidir. Çünkü artık bu nesil sadece izleyici ya da sadece dinleyici olmak istemiyor, daha aktif olmak, kullanıcı olmak istiyorlar.

Ancak unutulmamalıdır ki, aşırı programlı yaşamları ve sınırlı oyun alanlarıyla, sınırlı bir çocukluk yaşayan günümüz çocukları için yenisiyle eskisiyle medya, bu duruma bir panzehir gibi gözükse de internet ve televizyon, yeşil alanların, oyun alanlarının, parkların, gerçek arkadaşların yerine geçemez. Çünkü çocukların, cirosu milyar dolarları bulan küresel serbest zaman endüstrisi tarafından meta hâline getirilebileceğinin ve sadece bu endüstrinin bir segmenti olarak görüleceğinin unutulmaması gerekir.

Yararlanılan Kaynaklar

- Aydoğan, Filiz. (2000). *Medya ve Serbest Zaman*. İstanbul: Om Yayınları.
 Livingstone, Sonia. (2002). *Young People and New media*. London: Routledge.
 Spracklen, Karl. (2011). *Constructing Leisure*. New York: Palgrave McMillan.