

Jeffrey D. Sachs, Columbia Üniversitesi'nde Ekonomi Profesörü ve Yeryüzü Enstitüsü Direktörü'dür. Ayrıca Birleşmiş Milletler Genel Sekreteri'nin Binyıl Kalkınma Hedefleri konusunda Özel Danışmanıdır.

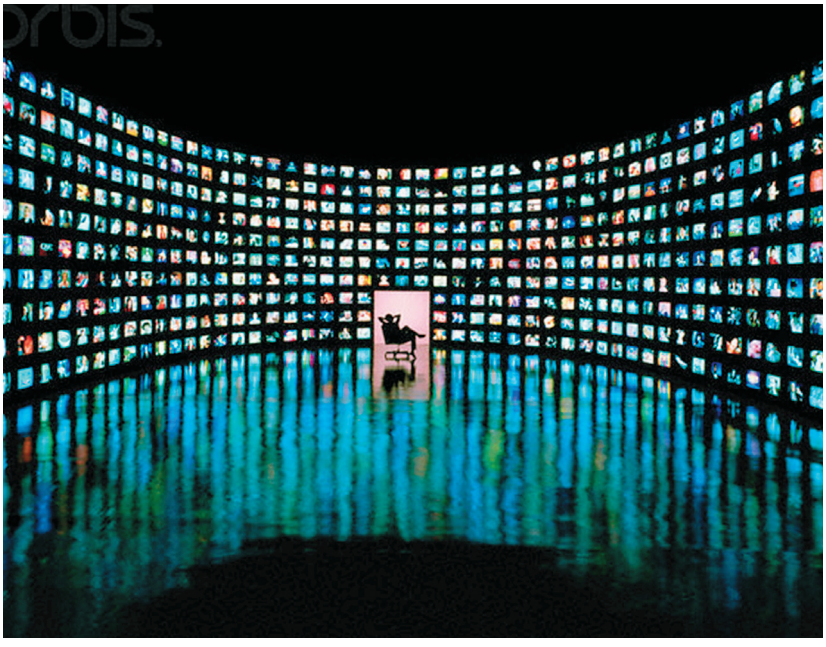
Prof. JEFFREY D. SACHS

Vidiotlar ulusu

Pek çok sinirbilimci, TV seyretmenin ruh sağlığı üzerindeki etkilerinin bağımlılıktan, tüketicilikten, sosyal güven yitiminden ve siyasi propagandadan daha da derine inebileceğine inanıyor. **TV belki de çok fazla seyredenlerin beyinlerini yeniden programlıyor** ve bilişsel yetilerini zayıflatıyor. Amerikan Pediatri Akademisi, yakın zamanda, küçük çocukların TV seyretmesinin beyin gelişimleri için tehlikeli olduğu konusunda uyardı ve ebeveynlere iki yaşın altındaki çocukları TV ve benzer medyadan uzak tutmaları çağrısında bulundu.

Son yarım asır elektronik kitlesel iletişimin çağı oldu. Televizyon, dünyanın her köşesinde toplumları yeniden şekillendirdi. Televizyon cihazlarına artık yeni bir medya araçları patlaması eşlik ediyor. DVD'ler, bilgisayarlar, oyun konsolları, akıllı telefonlar ve başkaları. Giderek artan deliller, bu medya çoğalmasının sayısız olumsuz etkisi olduğunu gösteriyor.

Dünyayı televizyon çağına Amerika Birleşik Devletleri sürükledi. Bunun sonuçları en doğrudan şekilde, Harlan Ellison'ın unutulmaz "camdan emzik" tanımlamasıyla adlandırdığı uzun süreli gönül ilişkisinde görülebilir. 1950'de Amerikan evlerinin yüzde 8'inden azında TV cihazı bulunuyordu. 1960'da yüzde 90'ında vardı. Bu düzeyde bir yayılma, başka yerlerde 10 yıllarca daha uzun sürerken, en yoksul ülkeler henüz o noktaya gelmedi.



Beklendiği gibi, veriler biraz üstünkörü ve eksik olsa da Amerikalılar en büyük TV izleyicisi haline geldi ki, bu muhtemelen bugün için de geçerli. En geçerli deliller Amerikalıların günde ortalama 5 saatten fazla televizyon seyrettiğini gösteriyor, birkaç saatin de diğer video akışı yapan cihazların önünde geçtiği dikkate alınırsa bu sarsıcı bir miktar demek. Başka ülkelerde çok daha az TV seyrediliyor. İskandinavya'da örneğin, TV seyretmek için harcanan süre, ABD ortalamasının yaklaşık yarısı kadar.

Bunun Amerikan toplumu için doğurduğu sonuçlar çok derin, sıkıntılı. Muhtemelen çok geç kalınmış olsa da dünyaya bir uyarı niteliğinde. Bir kere, fazla TV seyretmek pek az zevk veriyor. Çok sayıda araştırma, neredeyse, uzun dönemde mutsuzluğa ve pişmanlığa yol açan kısa dönem faydalı bir bağımlılık olduğunu gösteriyor. Bu gibi izleyiciler, şu andakinden daha az seyretmeyi tercih edeceklerini söylüyorlar.

ÇOK FAZLA TV SEYRETMEK TOPLUMSAL GÜVENİ AZALTIYOR

Dahası, çok fazla TV seyredilmesi, sosyal bölünmeyi de artırdı. Topluluk içinde geçirilen süre, artık ekran önünde tek başına geçiriliyor. Amerika'nın sosyal topluluk anlayışının önde gelen akademisyeni Robert Putnam, toplumları birbirine bağlayan güven demek olan "sosyal sermaye" azalmasının kalbindeki nedenin TV seyredilmesi olduğunu tespit etti. Amerikalılar, birbirlerine, bir önceki nesilde olduğundan daha az güveniyorlar. Elbette devrede başka faktörler de var ama televizyonun sürüklediği sosyal parçalanma hafife alınmamalı.

Çok fazla TV seyretmek tabii ki kişinin beden ve ruh sağlığı için de kötü. Amerikalılar, ABD nüfusu-



nun hemen hemen üçte ikisi artık fazla kilolu iken, obezite konusunda dünyada en üst sırada yer alıyor. Yinelemek gerekirse, bunun altında yatan ucuz, sağlıksız kızartılmış gıdalarla beslenilmesini içeren çok sayıda etmen var, ancak TV karşısında harcana hareketsiz zamanın da önemli bir etkisi var. Aynı zamanda, ruhsal açıdan olanlar da bedensel etkiler kadar önemli. Televizyon ve ilgili medya, şirket propagandası ve siyasi propagandanın toplumdaki en büyük aracısı ve taşıyıcısı oldular.

POLİTİKA DÂHİL HER ŞEY SATILABİLİR

Amerika'da TV kanallarının hemen hemen tamamı özel sektörün ellerinde ve sahipleri de paranın çok büyük kısmını amansız reklamcılıktan kazanıyor. Genellikle gıda, cinsellik ve statü ile ilişkilendirilmiş bilinç dışı dürtülere hitap eden etkili reklam kampanyaları, tüketiciler veya toplum için pek az gerçek değeri olan ürün ve alışverişler için arzu yaratıyor.

Aynısı elbette politikada da meydana geldi. Amerikalı politikacılar artık kahvaltı gevreği gibi ambalajlanmış birer marka haline geldiler. Herhangi bir kimse veya herhangi bir fikir, parlak renkli bir kurdele ve akılda kalan bir şarkı ile satılabilir…

Amerika'da iktidara giden bütün yollar TV'den geçiyor ve TV'ye erişim de çok paraya dayanıyor. Bu basit mantık, Amerikan siyasetini daha önce hiç olmadığı kadar zenginlerin avucunun içine koydu. Savaş bile yeni bir ürün gibi ortaya konabiliyor. Bush idaresi, Irak savaşının dayanaklarının tanıtımını, (Saddam Hüseyin'in var olmayan kitle imha silahlarını) tanıdık renkli, hızlı, grafik açıdan yoğun televizyon reklamları ile yaptı. Ardından, Bağdat'ın "şok ve dehşet" olarak adlandırılan bombalanmasıyla savaşın kendisi başladı. ABD önderliğindeki işgal için yüksek izlenme oranlarını sağlaması amaçlanan, TV için hazırlanmış canlı bir gösteri...

BEYİNSEL GELİŞİMİ İÇİN TEHLİKE SİNYALİ

Pek çok sinirbilimci, TV seyretmenin ruh sağlığı üzerindeki etkilerinin bağımlılıktan, tüketicilikten, sosyal güven yitiminden ve siyasi propagandadan daha da derine inebileceğine inanıyor. TV belki de çok fazla seyredenlerin beyinlerini yeniden programlıyor ve bilişsel yetilerini zayıflatıyor. Amerikan Pediatri Akademisi, yakın zamanda, küçük çocukların TV seyretmesinin beyin gelişimleri için tehlikeli olduğu konusunda uyardı ve ebeveynlere iki yaşın altındaki çocukları TV ve benzer medyadan uzak tutmaları çağrısında bulundu.

Common Sense Media tarafından ABD'de yapılan güncel bir araştırma, gayet anlaşılabilir bir paradoksu ortaya çıkardı. Yoksul ABD evlerindeki çocuklar, günümüzde zengin evlerde olanlara göre daha fazla TV seyretmekle kalmıyor, odalarında bir televizyona sahip olmaya da daha yatkınlar. Bir metanın tüketimi, gelir artarken azalıyorsa, ekonomistler o metayı "düşük" mal olarak adlandırıyor.



Kitlesel medya elbette bilgi, eğitim, eğlence ve hat ta siyasi bilinç sağlayıcısı olarak yararlı olabilir. Ama fazlası, bizi, kaçınmamız gereken tehlikelerle karşı karşıya bırakıyor.

En azından bu tehlikele ri asgari düzeye indirebiliriz Dünyadaki başarılı yaklaşımlar arasında TV reklamlarının özellikle küçük çocuklara yönelik olarak sınırlandırılması, BBC gibi ticari amaçlı olmayan, kamuya ait TV şebekeleri ve siyasi kampanyalar için serbest (fakat sınırlı) TV süresi yer alıyor.

Tabii ki en iyi savunma, bizim oto-kontrol mekanizmamız. Hepimiz TV'yi daha fazla kapalı tutabilir ve o süreyi okuyarak, birbirimizle konuşarak ve kişisel sağlık ve sosyal güveni yeniden tesis ederek harcayabiliriz.

Telif Hakkı: Project Syndicate, 2010.
www.project-syndicate.org

Yoksul ABD evlerindeki çocuklar, günümüzde zengin evlerde olanlara göre daha fazla TV seyretmekle kalmıyor, odalarında bir televizyona sahip olmaya da daha yatkınlar. Bir metanın tüketimi, gelir artarken azalıyorsa, ekonomistler o metayı "düşük" mal olarak adlandırıyor.

