

MAKALE AYRINTILARI

Türkçe Başlığı

Çocuk İşçiliğinin Önlenmesine Yönelik Hazırlanan Kamu Spotu Reklamlarının Göstergebilimsel Analizi

İngilizce Başlığı

The Semiotics Analysis of the Public Spot Advertisements in Concern with the Prevention of Child Labor

Türkçe Özet

20. yüzyılın başlarından itibaren dünya genelinde çocuk işçiliğini önlemek amacıyla pek çok sivil toplum kuruluşu tarafından çalışmalar yürütülmektedir. Bu kampanyalarda çocuk işçiliğinin yasal bir suç olduğu, çocukların sağlığını bozduğu ve zihinsel gelişimlerini olumsuz yönde etkilediği vurgulanmaktadır. Bu mesajların kitlelere iletilmesi sürecinde pek çok farklı kitle iletişim araç kullanılmaktadır. Özellikle son yıllarda çocuk işçiliğinin önlenmesine yönelik sivil toplum kuruluşları tarafından kamu spotu reklamlarının sıklıkla kullanıldığı görülmektedir. Bu çalışmada çocuk işçiliğine karşı hazırlanan kamu spotu reklamlarında hangi konuların açıklandığı ve hangi mesajların verildiği ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında amaçlı örneklem metodu kullanılarak belirlenen dört ülkenin (Hindistan, Paraguay, Portekiz ve Romanya) çocuk işçiliğine karşı hazırlanan kamu spotu reklamları incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz metodu kullanılmıştır. Çalışmada belirlenen dört kamu spotu reklamı ABD’li dilbilimci Charles Sanders Peirce’in göstergebilim kavramları özelinde analiz edilmiştir. Elde edilen bulgularda her dört kamu spotu reklamında da hüznün duygularına hitap edilerek, çocukların zor şartlar altında çalıştığına yönelik farkındalık oluşturulmaya çalışıldığı ortaya çıkarılmıştır. Diğer yandan çalışmada kamu spotu reklamlarında semgesel öğelerden sık yararlandığı ve böylece verilmek istenen mesajların insanların zihinlerinde kalıcı olmasının amaçlandığı sonucuna ulaşılmıştır.

İngilizce Özet

The campaigns to prevent child labor have been conducted by many non-governmental organizations around the world since the beginning of the 20th century. In these campaigns, that child labor is a legal crime, injures their health and negatively affects their mental development has been emphasized. Many different mass media tools have been used in the process of transmitting these messages to the masses. Especially in recent years, that public spot advertisements have been frequently used by non-governmental organizations to prevent child labor has been observed. In this study, it was tried to reveal which topics have been explained and which messages have been given in public spot advertisements prepared against child labor. For this purpose, public spot advertisements prepared against child labor in four countries (India, Paraguay, Portugal and Romania), which were determined by using purposeful sampling method, were examined. Semiotic analysis method in the qualitative research methods was used in the study. Four public spot advertisements selected in the study were analyzed in the light of the American linguist Charles Sanders Peirce’s semiotics concepts. The awareness regarding that children work under difficult conditions was revealed by addressing sadness emotion in four public spot advertisements in the findings. On the other hand, it was concluded that the symbolic elements were frequently used in public spot advertisements, so that messages would be permanent was intended.

Türkçe Anahtar Kelimeleri

Çocuk işçilik, reklam, çalışma, kamu spotu reklamı, göstergebilim

İngilizce Anahtar Kelimeleri

Social expenditures, economic growth, DH panel causality, pedroni cointegration, South Europe

Makalenin Yazarı

Mehmet Ozan GÜLADA