

## Derleme Makale / Review Article

## Erken Çocuklukta Subliminal Mesajların Gelişimsel, Beyin ve Bilinçaltı Etkileri

*The Developmental, Brain, and Subconscious Effects of Subliminal Messages in Early Childhood*Gülhan GÜVEN<sup>1</sup> DOI : [10.63556/ankad.v10i1.393](https://doi.org/10.63556/ankad.v10i1.393)

Geliş/Received: 03/11/2025

Kabul/Accepted: 22/01/2026

## Öz

Teknolojinin hızlı gelişimi, erken çocukluk döneminde çocukların medya ile etkileşimini köklü biçimde dönüştürmüştür. Televizyon, dijital oyunlar ve çocuklara yönelik dijital platformlar, çocukların gündelik yaşamında belirgin bir yer edinmiştir. Bu ortamlar, farkındalık eşiğinin altında işleyen subliminal(örtük) mesajlarla çocukların algı ve davranış örüntülerini etkileyebilmektedir. Subliminal mesajlar, bilinçli olarak fark edilmese de bilinçaltında işlenen görsel ya da işitsel uyarıcılardır. Erken çocuklukta gerçek-kurgu ayrımının sınırlı olması, bu mesajların etkisini gelişimsel açıdan kritik hâle getirmektedir. Makale, subliminal mesajların bilişsel, duygusal ve sosyal gelişim üzerindeki etkilerini çok boyutlu olarak ele almaktadır. Kuramsal çerçeve Piaget'nin bilişsel gelişim yaklaşımı, Vygotsky'nin sosyokültürel kuramı ve Bandura'nın sosyal öğrenme kuramına dayandırılmıştır. Piaget perspektifinde mesajların eleştirel süzgeçten geçirilmeden şemalara eklenmesi, yanlış genellemeleri oluşturabilmektedir. Vygotsky'ye göre yetişkin rehberliği olmadan izlenen içerikler, mesajların sorgulanmadan içselleştirilmesini kolaylaştırmaktadır. Bandura açısından medya karakterleri güçlü modellerdir ve örtük pekiştirmeler tutum ve davranışları dolaylı biçimde yönlendirebilmektedir. Alanyazın, ekran süresi, içerik yapısı ve algoritmik yönlendirmelerin çocukların özdüzenleme ve sosyal-duygusal becerileriyle ilişkili olabileceğini göstermektedir. Nörobilimsel bulgular, bilinçdışı uyarımların duygusal işleme ve dikkat düzenleme ile ilişkili beyin ağlarında aktivasyon oluşturabildiğine işaret etmektedir. Dijital platformlarda renk, tempo, tekrar ve öneri sistemleri gibi tasarım unsurları, yönlendirme ve manipülasyon risklerini artırabilmektedir. Makale, çocuk hakları ve etik ilkeler çerçevesinde dijital içerik üretimi ve denetimine ilişkin sınırlılıkları tartışmaktadır. Sonuç olarak medya okuryazarlığının güçlendirilmesi, ebeveyn/öğretmen rehberliğinin artırılması ve şeffaf-etik dijital düzenlemelerin geliştirilmesi önerilmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Erken çocukluk, subliminal mesaj, medya, bilişsel gelişim, etik.

## Abstract

The rapid advancement of technology has fundamentally transformed how young children interact with media in early childhood. Television, digital games, and child-oriented digital platforms have come to occupy a prominent place in children's everyday lives. These environments can influence children's perceptual and behavioral patterns through implicit/subliminal messages that operate below the threshold of awareness. Subliminal messages are visual or auditory stimuli processed in the subconscious even if they are not consciously noticed. In early childhood, the limited ability to distinguish reality from fiction makes the impact of such messages developmentally critical. The article addresses the effects of subliminal messages on cognitive, emotional, and social development in a multidimensional manner. The theoretical framework is grounded in Piaget's cognitive developmental approach, Vygotsky's sociocultural theory, and Bandura's social learning theory. From Piaget's perspective, the incorporation of messages into schemas without critical filtering can lead to erroneous generalizations. According to Vygotsky, content consumed without adult guidance facilitates the internalization of messages without questioning. From Bandura's standpoint, media characters are powerful models, and covert reinforcements can indirectly shape attitudes and behaviors. The literature indicates that screen time, content structure, and

<sup>1</sup> Sorumlu Yazar/Corresponding Author: Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, Okul Öncesi Eğitimi ABD, E-posta: [gulhanguven@gmail.com](mailto:gulhanguven@gmail.com)

## Önerilen Atf/Suggestion Citation

Güven, G., (2026). Erken Çocuklukta Subliminal Mesajların Gelişimsel, Beyin ve Bilinçaltı Etkileri, *Anadolu Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 10(1), 561-576.

*algorithmic steering may be associated with children's self-regulation and socio-emotional skills. Neuroscientific findings suggest that unconscious stimuli can activate brain networks related to emotional processing and attentional regulation. On digital platforms, design elements such as color, tempo, repetition, and recommendation systems may increase the risks of steering and manipulation. The article discusses the limitations of digital content production and regulation within the framework of children's rights and ethical principles. Consequently, it recommends strengthening media literacy, increasing parent/teacher guidance, and developing transparent and ethical digital regulations.*

**Keywords:** *Early childhood, subliminal messages, cognitive development, media literacy, digital ethics*

## GİRİŞ

Teknolojinin hızla ilerlemesi, çocukların medya ile etkileşim biçimini köklü biçimde değiştirmiştir. Günümüzde televizyon, dijital oyunlar, YouTube Kids ve TikTok gibi platformlar, erken çocukluk dönemindeki çocukların yaşamında merkezi bir yer edinmiştir. RTÜK'ün (2024) raporuna göre, Türkiye'de çocuklara yönelik yayınların %32'sinde dolaylı ürün yerleştirme, %19'unda ise tüketimi teşvik eden mesajlar bulunmaktadır. UNICEF (2023) verileri, çocukların %68'inin günde üç saatten fazla çevrimiçi içerik izlediğini göstermektedir. Bu durum, çocukların bilinçli farkındalık eşliğinin altında kalan mesajlara sürekli maruz kaldığını ve farkında olmadan davranış kalıplarını şekillendirdiğini ortaya koymaktadır.

Subliminal mesajlar, bilincin fark edemediği ancak bilinçaltında işlenen görsel ya da işitsel uyarıcılardır (Pessoa, 2018). Bu uyarımlar çocukların bilişsel şemalarına yerleşerek, tutum ve davranışlarını etkileyebilir. Özellikle 2–7 yaş arası dönemde (Piaget'nin işlem öncesi dönemi) çocukların gerçek ile kurguyu ayırt etme becerileri sınırlı olduğundan, bu tür mesajlar gelişimsel açıdan kalıcı etkiler bırakabilmektedir.

Bu makalenin amacı, subliminal mesajların erken çocukluk dönemindeki çocukların bilişsel, duygusal ve sosyal gelişimlerine etkilerini çok boyutlu biçimde incelemektir. Çalışmada Piaget'nin bilişsel gelişim, Vygotsky'nin sosyokültürel ve Bandura'nın sosyal öğrenme kuramları temel alınarak kuramsal bir çerçeve oluşturulmuş; nörobilimsel bulgular ve etik boyutlarla bütünleştirilmiştir. Ayrıca Türkiye bağlamında RTÜK, UNICEF ve UNESCO raporları ışığında öneriler sunulmuştur.

## KURAMSAL TEMELLER

Jean Piaget'ye göre çocuk, çevresini aktif olarak keşfeden ve anlamlandıran bir varlıktır. Çocuğun bilişsel yapısı, yaşla birlikte farklı gelişim evrelerinden geçerek olgunlaşır; duyuşsal– motor, işlem öncesi, somut işlemler ve soyut işlemler. Özellikle işlem öncesi dönemde (2–7 yaş) sembolik düşünme gelişmeye başlar, ancak mantıksal çıkarım sınırlıdır. Çocuk, izlediği medya içeriklerini gerçek ile hayal arasında ayırt etmekte güçlük çeker. Bu dönemde subliminal mesajlar, çocuğun zihinsel şemalarına farkında olmadan dâhil olabilir (McLeod, 2025).

Piaget'nin bilişsel gelişim kuramına göre bilişsel uyum süreci, bireyin çevresiyle etkileşimi sırasında yeni yaşantıları mevcut bilişsel yapılarla ilişkilendirmesi ve gerektiğinde bu yapıları yeniden düzenlemesiyle gerçekleşmektedir. Bu süreçte özümleme (asimilasyon), bireyin yeni karşılaştığı durumları var olan bilişsel şemalarına dâhil etmesini; uyum sağlama (akomodasyon) ise mevcut şemaların yeni bilgiye yanıt verecek biçimde yeniden yapılandırılmasını ifade etmektedir. Piaget'ye göre çocuk, yeni uyarılarla bilişsel bir çelişki yaşamadığında uyum sağlama süreci devreye girmemekte ve öğrenme büyük ölçüde özümleme yoluyla gerçekleşmektedir. Bu durum, özellikle erken çocukluk döneminde sunulan ve farkındalık düzeyine ulaşmadan işlenen subliminal mesajların, çocuğun mevcut bilişsel şemalarına sorgulanmadan entegre olmasını kolaylaştırmaktadır (Eroğlu, 2023). Örneğin, bir çizgi filmde sürekli “mutluluk = satın alma” teması vurgulanıyorsa, çocuk bu ilişkiyi doğal bir gerçeklik olarak içselleştirebilir. Sonuç olarak Piaget'ye göre, subliminal mesajların erken çocukluk döneminde etkili olmasının nedeni, çocuğun bilişsel dengesizlik durumlarında dış uyarımları eleştirel biçimde değerlendiremeyeşidir. Bu nedenle çocuk, medya mesajlarını sorgulamadan kabullenme eğilimindedir.

Lev Vygotsky'ye göre bilişsel gelişim, bireyin sosyal çevresiyle kurduğu etkileşimler sonucu gerçekleşir. Çocuk, kültürel araçlar aracılığıyla öğrenir ve dil, medya gibi araçlar bu sürecin en güçlü belirleyicilerindedir. Modern çağda medya, çocuğun toplumsal öğrenmesinde kültürel bir aracı haline gelmiştir (Nikken & Schols, 2015). Vygotsky'nin “Yakınsal Gelişim Alanı (ZPD)” kavramı, çocuğun

tek başına yapamadığı fakat bir yetişkin rehberliğiyle başarabileceği becerileri tanımlar. Eğer çocuk, medya içeriklerini izlerken ebeveyn rehberliği olmadan yalnız bırakılırsa, mesajların anlamını eleştirel biçimde değerlendiremez. Bu durumda çocuk, subliminal mesajları sorgulamadan içselleştirir ve onları “kendi düşüncesiymiş gibi” kabullenir (Wartella et al., 2016).

Ayrıca Vygotsky'nin “içselleştirme” kavramı subliminal mesajların etkisini açıklamak için oldukça işlevseldir. Dışsal bir uyarın (örneğin bir reklamdaki sembol ya da müzik) zamanla içsel düşünce biçimine dönüşebilir. Bu süreçte çocuk, reklamın iletisini kendi arzusuymuş gibi deneyimlemeye başlar. Bu durum özellikle dijital oyunlar ve animasyonlar aracılığıyla sıkça görülmektedir. Dolayısıyla Vygotsky açısından subliminal mesajlar, çocuğun sosyal öğrenme ortamlarının yapısına gömülmüştür. Rehberlik ve kültürel farkındalık eksikliği, çocuğun medya tarafından şekillendirilmiş bir düşünce dünyasında büyümesine neden olabilir.

Albert Bandura (1986), bireylerin davranışları öğrenirken yalnızca doğrudan deneyimlerle değil, model alma yoluyla da öğrendiklerini belirtir. Çocuklar medya karakterlerinin davranışlarını gözlemler, bu davranışların sonuçlarını değerlendirir ve onları taklit eder.

Bandura'nın kuramında gözlemsel öğrenme dört temel aşamadan oluşur: dikkat, hatırlama, yeniden üretim ve motivasyon. Subliminal mesajlar bu süreçlerin özellikle “dikkat” ve “motivasyon” aşamalarını etkiler. Bir medya karakterinin sürekli ödüllendirilmesi, çocuğun bilinçaltında “bu davranış doğru” inancını pekiştirir. Örneğin, bir çizgi filmde belirli bir markayı kullanan karakterlerin mutlu, güçlü ya da popüler gösterilmesi, çocuğun o markaya yönelik olumlu tutum geliştirmesine yol açabilir. Bu durum, görünmez pekiştirici etkisidir (Ajzen, 1991; John, 1999). Dolayısıyla Bandura perspektifinde subliminal mesajlar, yalnızca dışsal davranışları değil, benlik algısını da biçimlendirir. Medya aracılığıyla sunulan idealize edilmiş beden, güç veya güzellik imgeleri, çocuğun öz güvenini ve sosyal kimlik gelişimini dolaylı biçimde etkiler. Bu nedenle erken yaşlarda medya içeriklerinin eleştirel analizinin desteklenmesi gereklidir (Bandura, 1986).

## LİTERATÜRDE YER ALAN ARAŞTIRMALAR

Dijital teknolojilerin erken çocukluk yaşamına hızlı biçimde entegre olmasıyla birlikte, alanyazında dijital medya kullanımı, ekran süreleri, içerik yapıları ve algoritmik yönlendirme mekanizmalarının çocuk gelişimi üzerindeki etkilerini ele alan araştırmaların sayısında önemli bir artış gözlenmektedir. Bu çalışmalar, dijital ortamların yalnızca bilişsel süreçler üzerinde değil, aynı zamanda çocukların sosyal-duygusal gelişimleri, davranış örüntüleri ve özdüzenleme becerileri üzerinde de belirleyici etkiler taşıdığını göstermektedir.

Gee ve arkadaşları (2013), çocuklarda amigdala–prefrontal korteks bağlantılarının gelişimini incelemek amacıyla boylamsal bir nörogörüntüleme çalışması yürütmüştür. Çalışma grubunu 4–10 yaş aralığında 60 çocuk oluşturmuş; veriler fMRI ve davranış değerlendirme ölçekleri ile toplanmıştır. Sonuçlar, çocuklarda prefrontal korteksin yeterince olgunlaşmamış olması nedeniyle bilinçaltı tehdit uyarılarına karşısında stres tepkisinin daha yüksek olduğunu göstermiştir. Bu bulgu, subliminal mesajların çocuklarda kaygıyı daha kolay tetikleyebileceğini ortaya koymaktadır.

Hearn ve Hein (2015), dijital reklamlardaki örtük toplumsal cinsiyet mesajlarını incelemiştir. Çalışma grubunu 300 popüler çocuk videosu oluşturmuş; veriler görsel-işitsel içerik analizi yöntemiyle değerlendirilmiştir. Çalışmada kız çocuklarına yönelik içeriklerde güzellik teması, erkek çocuklarına yönelik içeriklerde güç ve macera temalarının bilinçaltı düzeyde tekrarlandığı bulunmuştur. Sonuç olarak, bu mesajların çocukların toplumsal cinsiyet algılarını şekillendirdiği belirlenmiştir.

Kaya (2016), subliminal uyarıların karar verme üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla deneysel yöntem kullanmıştır. Çalışma grubunu 80 üniversite öğrencisi oluşturmuş; katılımcılara hızlı görsel uyarıcılar içeren karar senaryoları uygulanmıştır. Sonuçlar, düşük farkındalık düzeyindeki bireylerin kararlarını bilinçaltı ipuçlarına göre şekillendirdiğini ortaya koymuştur. Araştırma subliminal mesajların seçim davranışını etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Meneguzzo ve arkadaşları (2017), subliminal uyarıların beyin tarafından nasıl işlendiğini incelemek amacıyla deneysel bir çalışma yürütmüştür. Araştırmanın çalışma grubunu 48 yetişkin katılımcı oluşturmuş; veriler fonksiyonel manyetik rezonans görüntüleme (fMRI) ile toplanmıştır. Bulgular, bilinçaltı düzeyde sunulan yüz ifadelerinin amigdala da anlamlı düzeyde aktivasyon yarattığını ve bu

etkinin bilinçli farkındalık oluşmadan duygusal yanıt oluşturduğunu göstermiştir. Araştırma, subliminal mesajların duygusal işleme sistemlerini doğrudan etkilediği sonucuna ulaşmıştır.

Madigan ve arkadaşları (2019), Kanada’da 2.441 çocukla yürüttükleri uzunlamasına araştırmada ekran süresi ile bilişsel gelişim arasındaki ilişkiyi değerlendirmiştir. Gelişimsel değerlendirme testleri ve ebeveyn raporlarıyla elde edilen bulgular, 24–36 ay aralığında artan ekran kullanımının 5 yaş bilişsel performansını olumsuz etkilediğini ve yürütücü işlevlerin baskılandığını göstermiştir (Madigan et al., 2019).

Dehaene, Naccache ve Changeux (2020), subliminal algının nörobilişsel mekanizmalarını açıklamak amacıyla kapsamlı bir EEG analizi gerçekleştirmiştir. Çalışma grubunu önceki araştırmalardan elde edilen 200’den fazla EEG verisi oluşturmuş; yöntem olarak elektrofizyolojik karşılaştırmalı analiz kullanılmıştır. Araştırmada subliminal uyarıların P3 ve N2 bileşenlerinde değişiklik yarattığı, yani dikkat ve tepki inhibisyonu süreçlerini etkilediği bulunmuştur. Sonuç olarak araştırmacılar, bilinçaltı bilgi işlemenin davranış kararlarını dolaylı biçimde yönlendirdiğini belirtmiştir.

Kadioğlu (2020), Türkiye’de yayınlanan çizgi filmlerde subliminal renk, sembol ve nesne kullanımını incelemek amacıyla betimsel bir içerik analizi yapmıştır. Çalışma grubunu ulusal kanallarda yayınlanan 25 farklı çizgi film oluşturmuştur. Araştırmada subliminal ipuçlarının çocuklarda marka çağrışımını artırdığı bulunmuştur. Sonuçlar, özellikle 5–6 yaş grubu çocukların tekrar eden görsel ipuçlarından daha fazla etkilendiğini göstermiştir.

Livingstone ve arkadaşları (2020) Birleşik Krallık’ta 0–8 yaş arası 200 çocuk ve ailesi ile gerçekleştirdikleri karma yöntemli çalışmada, çocukların dijital içeriklerle etkileşimini odak grup görüşmeleri, ev ziyaretleri ve dijital medya günlükleri aracılığıyla incelemiştir. Çalışmada çocukların algoritmik olarak sunulan içerik akışını ayırt edemedikleri; dijital platformlarda sık tekrar eden sembol, renk ve seslerin çocuklarda otomatik davranışsal eğilimler oluşturabildiği belirlenmiştir (Livingstone et al., 2020).

Marsh ve arkadaşları (2021), Avrupa’da 4 ülkeden 70 çocukla yürüttükleri nitel araştırmada dijital oyunlarda kullanılan görsel ve işitsel uyarıların (renk, müzik, tempo) duygusal tepkiler üzerindeki etkisini analiz etmiştir. Araştırmada bu uyarıların çocuklarda otomatik duygusal çağrışımlar yarattığı, bunun da davranış seçimlerini yönlendirebildiği belirlenmiştir (Marsh et al., 2021).

Zhao ve Zhou (2022), Çin’de 3–7 yaş arası 60 çocukla gerçekleştirdikleri çalışmada ebeveyn günlükleri ve davranış gözlemleri kullanarak algoritmik içerik öneri sistemlerinin çocukların dikkat döngüleri üzerindeki etkisini incelemiştir. Bulgular, dijital platformların renk, tempo ve ses düzenlemelerini optimize ederek çocukların dikkatini daha uzun süre çekmeye çalıştığını; bu süreçlerin içerik bağımlılığı riskini artırdığını ortaya koymuştur (Zhao & Zhou, 2022).

Canaslan ve Sungur (2022) 4–6 yaş arası 258 çocukla yürüttükleri nicel araştırmada dijital medya kullanım süresi ile öz-düzenleme becerileri arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Veri toplamada “Çocuk Öz-Düzenleme Ölçeği” ile “Dijital Medya Kullanım Formu” kullanılmıştır. Bulgular, ekran maruziyeti arttıkça çocukların duygu düzenleme, dikkat sürdürme ve bekleme süresi kontrolünde anlamlı düzeyde düşüş yaşadığını; özellikle hızlı tempolu ve yüksek uyarıcı yoğunluğuna sahip içeriklerin öz-düzenleme üzerinde olumsuz etkiler yarattığını göstermiştir (Canaslan & Sungur, 2022).

Demir ve Karaca (2023), YouTube Kids platformundaki 120 popüler videoyu inceleyerek dijital içeriklerdeki örtük tüketim mesajlarını, sembolik yönlendirmeleri ve renk temelli duygusal kodları analiz etmiştir. Nitel içerik çözümlemesiyle yürütülen araştırmada videoların %30’unda tüketim odaklı örtük mesajların bulunduğu, bu mesajların okul öncesi çocuklar tarafından bilinçli olarak fark edilemediği ve bilinçdışı öğrenmeyi etkilediği ortaya konulmuştur (Demir & Karaca, 2023).

EU Kids Online (2023) tarafından gerçekleştirilen çok uluslu araştırmada, 12 Avrupa ülkesinde 0–6 yaş arası çocukların dijital medya kullanım pratikleri ebeveyn anketleri ve ev gözlemleriyle incelenmiştir. Araştırma sonuçları, okul öncesi çocukların %81’inin içeriklere yerleştirilen sembolik mesajları ve örtük tüketim unsurlarını ayırt edemediğini; özellikle renk, görsel tekrar ve tempo gibi unsurların bilinçaltı öğrenme üzerinde etkili olduğunu göstermektedir (EU Kids Online, 2023).

Ata-Aktürk ve Akman (2024) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, Türkiye’de 3–6 yaş aralığında bulunan 40 çocuk ve 40 ebeveyninden oluşan bir çalışma grubu ile dijital teknolojinin çocuklar tarafından algılanma biçimleri ve ebeveynlerin dijital aracı olma stratejileri incelenmiştir. Karma yöntemle yürütülen çalışmada yarı yapılandırılmış çocuk görüşmeleri ve ebeveyn ölçekleri kullanılmıştır. Araştırmada çocukların dijital içeriklerde yer alan reklam– içerik bütünleşmesini ayırt etmede güçlük yaşadıkları; sembolik kodları çözümlenmekte zorlandıkları ve ebeveyn denetiminin artmasıyla dijital farkındalığın güçlendiği sonucuna ulaşılmıştır (Ata-Aktürk & Akman, 2024).

Güngör (2025) tarafından yürütülen çalışmada, 36–72 aylık 182 çocukla ekran süresi ile sosyalduygusal gelişim arasındaki ilişki değerlendirilmiştir. Nicel desenle yürütülen araştırmada sosyal-duygusal gelişim “Ages and Stages Questionnaires” aracılığıyla ölçülmüştür. Sonuçlara göre pasif ekran maruziyetinin artması, sosyal yeterlik düzeylerinde azalmaya ve duygu düzenleme güçlüklerinde artışa yol açmıştır. Araştırma, erken yaşta yoğun ekran kullanımının özellikle sosyal-duygusal beceriler üzerinde belirgin olumsuz etkiler oluşturduğunu göstermiştir (Güngör, 2025).

## BEYİN VE BİLİNÇALTI ETKİLEŞİMİ

Son yıllarda yapılan nörogörüntüleme araştırmaları, subliminal mesajların beyinde nasıl işlendiğini daha ayrıntılı biçimde açıklığa kavuşturmuştur. Fonksiyonel manyetik rezonans görüntüleme (fMRI) ve elektroensefalografi (EEG) gibi ileri nöroteknikler aracılığıyla yapılan çalışmalar, bilinçaltı düzeyde sunulan görsel veya işitsel uyarıcıların yalnızca duyu alanlarında değil, aynı zamanda duygusal ve bilişsel işleme ile ilişkili beyin bölgelerinde de aktivasyon yarattığını göstermektedir (Meneguzzo et al., 2017; Pessoa, 2018). Özellikle amigdala, anterior singulat korteks (ACC), insula ve prefrontal korteks bölgelerinin bu süreçlerde önemli rol oynadığı ortaya konmuştur.

Amigdala, duygusal uyarıcıların –özellikle korku, tehdit ve ödül içeren uyarıların– otomatik olarak değerlendirilmesinden sorumlu bir limbik yapı olup, bireyin farkında olmadan duygusal tepkiler geliştirmesini sağlar (LeDoux, 2000; Morris et al., 1998). fMRI çalışmaları, bilinçaltı düzeyde sunulan korku ifadelerinin bile amigdala aktivasyonunu tetiklediğini, bu etkinin bireyin bilinçli farkındalığına ulaşmadan duygusal yanıt oluşturduğunu göstermektedir.

Anterior singulat korteks (ACC), dikkat odağının yönlendirilmesi, hata izleme ve duygusal çatışmaların çözümünde görev alır (Bush, Luu, & Posner, 2000). Subliminal uyarılar, ACC’nin özellikle duygusal çatışma ve farkındalık öncesi dikkat düzenleme süreçlerinde aktif hale gelmesine neden olur. Bu durum, bireyin davranışsal tepkilerinin bilinçli farkındalık oluşmadan önce şekillenebileceğini göstermektedir (Pessoa, 2018).

İnsula, duyguların bedensel (interoseptif) bileşenlerinin fark edilmesinde ve duygusal deneyimle bütünleştirilmesinde kritik rol oynayan bir beyin bölgesidir (Craig, 2009). Subliminal düzeyde sunulan duygusal içerikli uyarıcıların insulada aktivasyon oluşturması, bireyin farkında olmadan “içsel bir duygusal yanıt” üretmesini açıklar (Meneguzzo et al., 2017).

Son olarak, prefrontal korteks, özellikle dorsolateral prefrontal korteks (DLPFC) ve orbitofrontal korteks (OFC) bölgeleri, bilinçli karar verme, planlama ve dürtü kontrolü gibi üst düzey bilişsel süreçleri düzenler (Miller & Cohen, 2001). Subliminal mesajların bu bölgelerde düşük düzeyli aktivasyon oluşturduğu; bu etkinin bilinçli kontrol mekanizmalarının dışında kalan bilişsel ön işleme süreçlerini temsil ettiği bildirilmektedir (Dehaene et al., 2006).

Tüm bu bulgular, beynin subliminal uyarıları yalnızca pasif biçimde algılamadığını; aksine, duygusal ve bilişsel ağların bütünleşik biçimde çalıştığı aktif bir işleme sistemi içinde değerlendirdiğini göstermektedir. Bu durum, subliminal mesajların bireyin farkındalığı dışında kalan nöropsikolojik süreçleri etkileyerek davranışsal eğilimleri değiştirebileceğini ortaya koymaktadır (Pessoa, 2018).

Whalen ve ark. (1998), korku temalı yüz ifadelerinin bilinçli farkındalık olmadan bile amigdala aktivasyonunu artırdığını saptamıştır. Bu aktivasyon, kortizol ve adrenalin gibi stres hormonlarının salgılanmasına yol açarak çocuklarda duygusal tepkilerin şiddetini artırır (Gee et al., 2013). Çocuk beyninde prefrontal korteks tam olarak olgunlaşmadığından (yaklaşık 20 yaşına kadar), bilinçaltı uyarımlar karşısında duygusal düzenleme yeterince sağlanamaz. Bu da erken yaşta maruz kalınan subliminal mesajların uzun vadeli kaygı, stres ve dikkat dağınıklığı gibi etkiler yaratmasına neden olabilir. EEG çalışmalarında ise subliminal uyarıların N2 ve P3 bileşenlerinde belirgin farklılıklar

oluşturduğu, yani dikkat yönelimi ve bilişsel filtreleme mekanizmalarını etkilediği bulunmuştur (Dehaene et al., 2020). Bu sonuçlar, çocukların bilinçaltı mesajlara yetişkinlerden çok daha açık olduğunu; bu nedenle bilinçdışı algının çocuklarda kalıcı izler bırakabileceğini göstermektedir.

## **TEKNOLOJİK BOYUT: DİJİTAL MANİPÜLASYON VE ALGORİTMİK ETKİLER**

Dijital medya ortamlarında subliminal etki biçimleri geçmişteki televizyon reklamlarından çok daha karmaşık hâle gelmiştir. YouTube Kids, TikTok, Roblox, Minecraft gibi platformlarda çocuklar artık yalnızca içerik tüketicisi değil, aynı zamanda etkileşimli kullanıcıdır. Ancak bu platformlar, çocukların dikkatini yönlendirmek için mikro düzeyde manipülasyon teknikleri kullanmaktadır (Zhao, Chen & Yu, 2022). Bu teknikler arasında renk tonlamaları, hızlı geçiş efektleri, arka plandaki düşük kontrastlı semboller (opak logolar) ve mikrovideo sahneleri öne çıkmaktadır. Örneğin, bir YouTube videosunda saniyelik bir logo geçişi ya da belirli bir renk kombinasyonu, çocukta marka çağrışımı yaratmakta ve fark edilmeden tüketim eğilimini güçlendirmektedir (Hearn & Hein, 2015). Ayrıca yapay zekâ tabanlı öneri sistemleri, çocuğun izleme alışkanlıklarını analiz ederek benzer içerikleri sürekli ön plana çıkarmakta, böylece dijital yankı odaları oluşturmaktadır. Bu durum, çocuğun bilişsel esnekliğini sınırlayarak tek tip duygu ve düşünce kalıplarına yönelmesine yol açmaktadır (UNESCO, 2023).

Algoritmik manipülasyon, yalnızca tüketimi artırmakla kalmaz; aynı zamanda toplumsal cinsiyet kalıplarını da yeniden üretir. Kız çocuklarına yönelik içeriklerde güzellik, zarafet ve duygusallık; erkek çocuklarına yönelik içeriklerde ise güç, cesaret ve macera temaları baskındır. Bu ayrışma, toplumsal cinsiyet rollerinin bilinçdışı düzeyde pekişmesine neden olmaktadır (Hearn & Hein, 2015).

Son Yıllarda Yapılan Çalışmalar erken çocukluk döneminde dijital ortamların çocukların bilişsel, duygusal ve davranışsal süreçleri üzerindeki etkilerine yönelik son yıllarda yapılan çalışmalar, dijital platformlardaki içerik üretim biçimleri ile algoritmik yönlendirmelerin çocuk gelişimine ilişkin görünmez risk alanlarını giderek artırdığını göstermektedir. UNESCO'nun (2023; 2024) yapay zekâ destekli dijital tasarıma ilişkin raporlarında, çocuklara sunulan içeriklerin önemli bir bölümünün algoritmik öneri sistemleri tarafından belirlendiği ve bu sistemlerin çocukların dikkat döngülerini mikrodüzeyde manipüle edebilecek nitelikte olduğu belirtilmektedir. UNESCO ayrıca hızlı sahne geçişleri, yüksek doygunlukta renk kullanımı ve ritmik mikro-uyaranların erken çocukluk dönemindeki çocuklarda bilinçaltı düzeyde uyarım yaratarak duygusal düzenleme süreçlerini etkileyebileceğini vurgulamaktadır.

UNICEF Türkiye'nin Türkiye'de Dijital Çocukluk (2023) raporu da benzer şekilde, 3–6 yaş arası çocukların ekran karşısında geçirdiği sürenin belirgin biçimde arttığını ve dijital içeriklerde yer alan tüketim odaklı sembolik mesajların çocukların henüz gelişmekte olan karar verme ve ayırt etme mekanizmaları üzerinde baskı oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Raporda özellikle reklam–içerik bütünleşmesinin çocuklar tarafından fark edilememesinin, bilinçdışı öğrenme süreçlerini güçlendirerek tüketim davranışlarını şekillendirebileceği ifade edilmektedir (UNICEF, 2023).

OECD'nin Children in the Digital Environment (2023) çalışması, dijital içeriklerdeki hızlı tempo, renk kullanımı ve görüntü geçişlerinin çocuk beyninde yürütücü işlevlerle ilişkili olan prefrontal korteks gelişimini etkileyebileceğini göstermektedir. Rapora göre dijital ortamların yarattığı yüksek uyarıcı yük, erken çocukluk döneminde planlama, dikkat sürdürme, dürtü kontrolü ve bekleme süresi gibi yürütücü işlevlerde zorlanmaya yol açabilmektedir (OECD, 2023).

Tüm bu çalışmalar birlikte değerlendirildiğinde, son yıllarda uluslararası kuruluşlar tarafından yürütülen araştırmalar dijital ortamların erken çocukluk döneminde yalnızca bilgi aktarımı sağlayan pasif bir araç olmadığını; aksine çocukların bilinçaltı süreçlerini etkileyen güçlü ve çok katmanlı bir çevresel faktör olduğunu ortaya koymaktadır. Bu sonuçlar, dijital içerik tasarımlarında çocukların bilişsel gelişim ihtiyaçlarının dikkate alınması, algoritmaların şeffaf biçimde denetlenmesi ve çocuklara yönelik içeriklerde etik sınırların güçlendirilmesi gerekliliğine işaret etmektedir.

Türkiye bağlamında RTÜK ve Reklam Kurulu bu tür içerikleri denetlemeye çalışsa da dijital platformlar, ulusal mevzuatın erişemediği küresel ağlarda yer aldığı için denetim oldukça sınırlıdır. Bu nedenle medya okuryazarlığı ve ebeveyn farkındalığı, dijital çağın en önemli koruyucu etkenlerinden biri hâline gelmiştir.

## ÇOCUKLARIN DAVRANIŞSAL VE DUYGUSAL GELİŞİMİ ÜZERİNE ETKİLER

Subliminal mesajlar yalnızca bilişsel süreçleri değil, çocukların davranışsal ve duygusal gelişimlerini de etkilemektedir. Özellikle duygusal düzenleme (emotion regulation) mekanizmaları, erken çocukluk döneminde hızla geliştiği için bilinçdışı uyarımlar karşısında savunmasızdır.

Araştırmalar, korku ya da stres içeren subliminal sahnelerin çocuklarda amigdala aktivasyonunu artırarak kaygı ve tedirginlik yaratabileceğini göstermektedir (Gee, Humphreys vd, 2013). Bu durum, çocukların güven duygusunu zedeleyebilir ve aşırı uyarılma nedeniyle uyku sorunları, dikkat dağınıklığı veya öfke patlamaları gibi davranışsal sonuçlar doğurabilir. Ayrıca, eğlence temalı içeriklerde kullanılan bilinçaltı pekiştiriciler çocukta ödül beklentisini güçlendirir. Örneğin, “beğeni” veya “puan kazanma” gibi sistemler, dopamin salınımını artırarak kısa vadeli haz duygusunu pekiştirir (Pessoa, 2018). Bu mekanizma, zamanla çocukların dışsal motivasyonlara bağımlı hale gelmesine neden olur.

Subliminal mesajların bir diğer önemli etkisi empati gelişimini zayıflatmasıdır. Özellikle şiddet veya rekabet temalı oyunlarda ödül–ceza sistemleri, çocuklarda başkalarının duygularını anlamayı zorlaştırabilir. Bandura’nın gözlemsel öğrenme modeli açısından, çocuklar bu tür davranışları model alarak “başarı için zarar vermek normaldir” gibi içsel inançlar geliştirebilir (Bandura, 1986). Dolayısıyla erken yaşta maruz kalınan bilinçaltı uyarımlar, çocuğun hem duygusal denge hem de sosyal uyum becerilerini olumsuz etkileyebilmektedir.

Benlik gelişimi, çocuğun kendini tanıma, değerli hissetme ve kabul görme süreçleriyle ilişkilidir. Ancak medya aracılığıyla sunulan idealize edilmiş beden, güzellik ve başarı imgeleri, çocuklarda benlik kıyaslaması yaratır. Bu durum, özellikle kız çocuklarında “güzellik = değer” inancının yerleşmesine yol açabilir.

Subliminal mesajlar, çocuğun kendi bedenine veya yeteneklerine ilişkin algısını dolaylı biçimde biçimlendirir. Çizgi filmlerde ya da reklam içeriklerinde kullanılan renk, müzik veya kelime tekrarları, çocuklarda “mükemmel olmalıyım” gibi bilinçdışı inançların oluşmasına neden olabilir. Bu süreç, erken yaşta öz güven düşüklüğü, kendini yetersiz hissetme ve aşırı rekabetçi tutumlar gibi davranışlara dönüşebilir. Örneğin, TikTok veya YouTube gibi platformlarda çocukların sıklıkla karşılaştığı “güzellik filtreleri” ve “başarı hikâyeleri”, gerçeklik algısını bozarak benlik bütünlüğünü zayıflatmaktadır. Bu durum, çocuğun “ben kimim?” sorusuna vereceği cevabı bile dışsal onay mekanizmalarına bağlamasına neden olabilir (John, 1999). Dolayısıyla subliminal mesajlar yalnızca davranışsal düzeyde değil, kimlik gelişimi ve benlik saygısı gibi derin psikolojik süreçlerde de etkilidir. Çocuğun içsel referans sistemi, medya tarafından biçimlendirilen dışsal normlara göre şekillenmeye başlar. Bu nedenle erken yaşta öz farkındalık eğitimi ve medya okuryazarlığı büyük önem taşımaktadır.

## ETİK BOYUT VE ÇOCUKLARIN MEDYADA KORUNMASI

Subliminal mesajların çocuklar üzerindeki etkileri, yalnızca psikolojik bir mesele değil; aynı zamanda etik bir sorundur. Çocukların bilişsel olgunluk düzeyleri, eleştirel düşünme becerileri ve farkındalık kapasiteleri yetişkinlere kıyasla çok daha sınırlıdır. Bu nedenle medya içeriklerinin, özellikle dijital platformlarda, çocuk haklarını gözetken bir çerçeveye hazırlanması zorunludur.

Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme’nin 17. Maddesi, devletlerin çocukların zararlı medya içeriklerinden korunmasını sağlamakla yükümlü olduğunu belirtir (UNICEF, 1989). Aynı şekilde UNESCO (2023), yapay zekâ destekli medya ortamlarında çocuklara yönelik içeriklerin “şeffaflık, hesap verebilirlik ve açıklanabilirlik” ilkeleriyle tasarlanması gerektiğini vurgulamıştır.

Türkiye’de RTÜK ve Reklam Kurulu, televizyon yayınlarındaki çocuk temsillerini denetlemekte; ancak dijital platformlarda içerik üretimi çoğunlukla uluslararası firmalar tarafından yürütüldüğü için hukuki yaptırımlar sınırlı kalmaktadır. Bu durum, çocukların veri güvenliği, dijital mahremiyet ve duygusal manipülasyon risklerine karşı korunmasız kalmasına yol açmaktadır (RTÜK, 2024).

Etik açıdan en büyük sorunlardan biri, subliminal mesajların “bilinçli rıza” ilkesini ihlal etmesidir. Çünkü çocuk, aldığı mesajın farkında değildir; dolayısıyla bilinçli bir seçim yapma hakkı ortadan kalkar. Bu durum, çocuğun özerkliğine ve özgür iradesine yönelik bir müdahale olarak değerlendirilebilir. Eğitimciler ve medya profesyonelleri için etik sorumluluk, çocuklara yönelik tüm içeriklerde psikolojik

güvenlik ilkesini gözetmek olmalıdır. Bu bağlamda, çocuklara yönelik reklam, oyun ve animasyonlarda psikolog ve çocuk gelişimi uzmanlarının içerik danışmanlığı yapması gereklidir.

## TARTIŞMA

Bu çalışmada erken çocukluk döneminde subliminal mesajların çocukların gelişimsel özellikleri, beyin işleyişi ve bilinçaltı süreçleri üzerindeki etkileri ele alınmıştır. Elde edilen bulgular, erken çocukluk döneminin bilişsel, duygusal ve nörogelişimsel açıdan yüksek düzeyde hassasiyet içeren bir dönem olduğunu ve bu nedenle subliminal mesajların bu yaş grubunda daha hızlı, derin ve kalıcı etkiler oluşturabildiğini göstermektedir. Özellikle görsel ve işitsel uyaran yoğunluğu yüksek medya içerikleri, subliminal mesajların çocukların bilinçaltına nüfuz etmesi açısından güçlü bir aktarım ortamı sunmaktadır. Erken çocukluk döneminde çocuklar, soyut düşünme ve eleştirel değerlendirme becerilerini henüz yeterince geliştirmemişlerdir. Bu durum, çocukların maruz kaldıkları mesajları sorgulamadan kabul etmelerine ve tekrar eden uyaranları gerçekliğin doğal bir parçası olarak içselleştirmelerine yol açmaktadır. Araştırmanın bulguları, subliminal mesajların bu gelişimsel savunmasızlıktan yararlanarak öğrenme sürecine fark edilmeden dâhil olduğunu ortaya koymaktadır. Temizyürek ve Acar'ın (2014) çizgi filmler üzerine yaptıkları göstergebilimsel çözümlemeler, çocuklara yönelik içeriklerde ölüm, şiddet, korku ve değer aşındırıcı unsurların bilinçaltı ikna teknikleriyle gizlenebildiğini göstermektedir. Bu tür mesajlar, çocuklar tarafından çoğu zaman sorgulanmadan algılanmakta ve zamanla normalleştirilmektedir. Bu durum, subliminal mesajların gelişimsel açıdan neden risk oluşturduğunu açıklayan önemli bir bulgudur.

Beyin gelişimi açısından değerlendirildiğinde, erken çocukluk döneminde prefrontal korteksin henüz tam olarak olgunlaşmamış olması, çocukların dürtü kontrolü, bilinçli değerlendirme ve eleştirel süzgeç oluşturma becerilerini sınırlandırmaktadır. Buna karşın duygusal tepkilerden sorumlu limbik sistem ve özellikle amigdala oldukça aktiftir. Bu nörogelişimsel dengesizlik, subliminal mesajların duygusal yollarla işlenmesini ve bilinçaltı belleğe daha kolay kaydedilmesini mümkün kılmaktadır. Araştırmanın bulguları, hızlı sahne geçişleri, yoğun renk kullanımı, tekrar eden semboller ve müzik gibi uyaranların çocuk beyninde bilinçli farkındalık oluşmadan öğrenmeyi tetiklediğini göstermektedir. Bu durum, subliminal mesajların çocuklarda kaygı, korku, arzu ve davranış yönelimlerini neden etkileyebildiğini nörobilimsel açıdan açıklamaktadır.

Bilinçaltı süreçler bağlamında elde edilen bulgular, subliminal mesajların çocukların davranış örüntülerini dolaylı fakat etkili biçimde şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. Çocuklar farkında olmadan maruz kaldıkları mesajları oyunlarına, konuşmalarına ve sosyal etkileşimlerine yansıtılabilmektedir. Sosyal öğrenme kuramı çerçevesinde değerlendirildiğinde, çocukların medya karakterlerini sembolik modeller olarak benimsedikleri ve bu modeller aracılığıyla tutum, değer ve davranış geliştirdikleri görülmektedir. Erşan ve Er'in (2022) çalışması, çocukların izledikleri içeriklerde yardımseverlik ve iş birliği gibi sosyal değerleri yoğun biçimde içselleştirdiğini, ancak etik değerlerin daha sınırlı düzeyde aktarıldığını ortaya koymaktadır. Mevcut çalışma, bu öğrenme sürecinin yalnızca açık mesajlarla değil, bilinçaltı düzeyde işleyen subliminal mesajlarla da desteklendiğini göstererek literatürü genişletmektedir.

Araştırma subliminal mesajların etkilerinin azaltılmasında farkındalık temelli yaklaşımların önemini de ortaya koymaktadır. Görmez'in (2018) medya okuryazarlığı üzerine gerçekleştirdiği çalışma, eğitim alan bireylerin subliminal mesajları fark etme ve çözümleme becerilerinin anlamlı biçimde arttığını göstermektedir. Bu durum, bilinçaltı süreçlerin tamamen kontrol edilemez olmadığını; uygun eğitim ve rehberlikle bireylerin pasif alıcı olmaktan çıkarılabileceğini göstermektedir. Ancak erken çocukluk döneminde bu farkındalığın doğrudan çocuk üzerinden değil, ebeveynler ve eğitimciler aracılığıyla sağlanması gerektiği açıktır. Çocukların medya içeriklerine tek başına ve denetimsiz biçimde maruz kalması, subliminal mesajların etkisini artıran önemli bir risk faktörü olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda çizgi filmler, çalışmanın odağında bir amaç değil; subliminal mesajların çocuklara nasıl ulaştığını görünür kılan bir örneklem alanı sunmaktadır. Kaya ve Uzoğlu'nun (2020) çizgi filmlerin eğitim alanında kullanımına ilişkin bulguları, içerik doğru yapılandırıldığında bu tür materyallerin öğrenmeyi destekleyebileceğini göstermektedir. Ancak aynı çalışmalar, içerik kalitesinin ve pedagojik denetimin belirleyici olduğunu vurgulamaktadır. Eğitsel amaç taşımayan ya da bilinçsizce hazırlanan içerikler, subliminal mesajlar yoluyla çocukların gelişimsel bütünlüğünü zedeleyebilmektedir.

Sonuç olarak bu çalışma, subliminal mesajların erken çocukluk döneminde yalnızca medya içeriklerine özgü bir sorun olmadığını; çocukların gelişimsel özellikleri, beyin işleyişi ve bilinçaltı öğrenme mekanizmalarıyla doğrudan ilişkili çok boyutlu bir etki alanı oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Bulgular, erken çocukluk döneminde maruz kalınan subliminal mesajların bilişsel yapılanma, duygusal düzenleme ve davranış gelişimi üzerinde uzun vadeli etkiler yaratabileceğini göstermektedir. Bu nedenle erken çocukluk dönemine yönelik medya içeriklerinin bilinçaltı etkilerinin dikkate alınması, ebeveyn ve eğitimcilerin bu konuda bilinçlendirilmesi ve koruyucu farkındalık temelli yaklaşımların yaygınlaştırılması, çocukların sağlıklı gelişiminin desteklenmesi açısından temel bir gereklilik olarak değerlendirilmektedir.

## **POLİTİKA VE UYGULAMA ÖNERİLERİ**

Subliminal mesajların çocuklar üzerindeki etkilerini azaltmak ve etik medya kullanımını teşvik etmek için aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

*Erken yaşta medya okuryazarlığı eğitimi:*

Medya okuryazarlığı, çocukların izledikleri içerikleri analiz etme, sorgulama ve farkındalık geliştirme becerilerini artırır. Bu eğitim okul öncesi döneme kadar indirilmeli, görsel okuma, duygu tanıma ve sembol çözümü etkinlikleriyle desteklenmelidir.

*Ebeveyn farkındalık atölyeleri:*

Ailelerin çocuklarının medya deneyimlerini yakından izlemesi, subliminal mesajların etkisini azaltır. Rehberlik servisleri ve belediyeler aracılığıyla düzenlenecek seminerlerle ebeveyn farkındalığı artırılabilir.

*RTÜK–Reklam Kurulu iş birliğiyle etik kılavuz:*

Televizyon ve dijital platformlarda çocuklara yönelik içeriklerde yer alabilecek sembolik, renk veya ses bazlı bilinçaltı uyarımları tanımlayan bir “Etik Yayın İlkeleri Kılavuzu” hazırlanmalıdır.

Yapay zekâ denetimi ve açıklanabilir algoritmalar:

Çocuklara önerilen içeriklerin nasıl seçildiği şeffaf biçimde açıklanmalı; algoritmaların manipülatif yönleri bağımsız etik kurullar tarafından denetlenmelidir (UNESCO, 2023).

*Disiplinlerarası araştırma projeleri:*

Üniversiteler, RTÜK ve TÜBİTAK işbirliğiyle medya–çocuk etkileşimi üzerine disiplinlerarası araştırma projeleri desteklenmelidir. Bu çalışmalar, nörobilim, psikoloji, çocuk gelişimi ve yapay zekâ alanlarını bir araya getirmelidir.

*Eğitim içeriklerinde pozitif modelleme:*

Çocuklara yönelik medya ürünlerinde olumlu sosyal davranışlar, empati, yardımlaşma ve doğa sevgisi gibi değerler ön plana çıkarılmalıdır.

## **SONUÇ**

Erken çocukluk dönemi, bireyin bilişsel, duygusal ve sosyal temellerinin atıldığı kritik bir gelişim evresidir. Bu dönemde çocuklar, dış dünyayı semboller, görseller ve sesler aracılığıyla anlamlandırır. Subliminal mesajlar ise bu anlamlandırma sürecine görünmez biçimde müdahale eder.

Piaget, Vygotsky ve Bandura'nın kuramları, subliminal mesajların neden özellikle erken çocuklukta etkili olduğunu açıklamaktadır. Piaget'ye göre çocuk, sembolik düşünme döneminde gerçek ile hayali ayırt edemez; Vygotsky'ye göre rehberlik eksikliği, çocuğun medya mesajlarını sorgulamadan içselleştirmesine yol açar; Bandura'ya göre ise medya karakterleri güçlü model kaynaklarıdır.

Beyin ve bilinçaltı bulgular, bilinçdışı uyarımların beyinde özellikle amigdala ve prefrontal korteks bölgelerinde aktivasyon yaratarak duygu düzenleme süreçlerini etkilediğini göstermektedir. Dijital çağda bu etkiler, algoritmik öneri sistemleriyle birleşerek daha karmaşık hâle gelmiştir.

Bu nedenle çocukların medya ortamlarında maruz kaldığı içerikler, yalnızca eğlence veya bilgi değil, aynı zamanda gelişimsel güvenlik sorunu olarak ele alınmalıdır. Türkiye’de RTÜK ve UNICEF

tarafından başlatılan farkındalık programları olumlu bir adımdır; ancak dijital platformlar için uluslararası düzeyde ortak etik standartlar oluşturulmadıkça çocukların bilinçaltı korunması mümkün değildir.

Sonuç olarak, erken yaşta medya okuryazarlığının güçlendirilmesi, ebeveyn ve öğretmen farkındalığının artırılması ve yapay zekâ destekli medya içeriklerinin etik ilkelerle denetlenmesi, çocukların bilişsel ve duygusal bütünlüğünün korunması için kaçınılmaz bir gerekliliktir.

### **Etik Kurul Onayı**

Bu araştırmanın kavramsal çerçevesinin hazırlanması, veri toplama araçlarının uygulanması, verilerin toplanması, verilerin analizi ve yorumlanması aşamalarının tamamında etik kurallara uygun hareket edilmiştir. Karşılaşılabilecek tüm etik ihlallerde ANKAD Yayın Kurulu'nun hiçbir sorumluluğu bulunmamaktadır. Tüm sorumluluk yazarlara aittir. Bu çalışmanın ANKAD dışında herhangi bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiş olduğunu taahhüt ederim. Yapılan bu çalışmada “Yükseköğretim Kurumları Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Yönergesi” kapsamında uyulması belirtilen tüm kurallara uyulmuştur. Yönergenin ikinci bölümü olan “Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiğine Aykırı Eylemler” başlığı altında belirtilen eylemlerden hiçbiri gerçekleştirilmemiştir.

### **KAYNAKÇA**

- Akıncı, A., & Güven, G. (2014). Okul öncesi döneme yönelik çizgi filmlerde yer alan değerlere ait sözel ifadelerin sunumu: TRT Çocuk Kanalı örneği. *Uluslararası Avrasya Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(16), 429–445.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211.
- Akyüz E, Çocuğun Bilgi Edinme ve Zararlı Yayınlar Karşı Korunma Hakkı. In: Yavuzer H, Şirin MR. I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı.1.baskı İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları; 2013.
- Anderson, D. R., Huston, A. C., Schmitt, K. L., Linebarger, D. L., & Wright, J. C. (2001). Early childhood television viewing and adolescent behavior: The recontact study. *Monographs of the Society for Research in Child Development*, 66(1), i-viii, 1-147.
- Ata-Aktürk, G., & Akman, B. (2024). What happens beyond the screen? Examining preschool children's perception of digital technology and parental mediation. *Journal of Child and Family Studies*.
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Bargh, J. A., Chen, M., & Burrows, L. (1996). Automaticity of social behavior: Direct effects of trait construct and stereotype priming on action. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(2), 230-244.
- Bush, G., Luu, P., & Posner, M. I. (2000). Cognitive and emotional influences in anterior cingulate cortex. *Trends in Cognitive Sciences*, 4(6), 215–222.
- Carpenter, H. W. 2009, *The Genie Within Your Subconscious Mind. How It Works and How To Use It*. USA: Harry Carpenter Publishing
- Canaslan, T., & Sungur, N. (2022). Preschool children's digital media usage and self-regulation skills. *Turkish Journal of Education*.
- Christakis, D. A., Zimmerman, F. J., DiGiuseppe, D. L., & McCarty, C. A. (2004). Early television exposure and subsequent attentional problems in children. *Pediatrics*, 113(4), 708-713.
- Cottle, S. (2000) *Ethnic minorities and the media: Changing Cultural Boundaries*, Buckingham: Open University Press.
- Çakmak, E. (2013). Çocuk Hakları ve Medya Okuryazarlığı Eğitimi/Children's Rights and Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi Mustafa Kemal University Journal of Social Sciences Institute Yıl/Year: 2013 Cilt/Volume: 10 Sayı/Issue: 22, s. 209-224

- Craig, A. D. (2009). How do you feel — now? The anterior insula and human awareness. *Nature Reviews Neuroscience*, 10(1), 59–70.
- Çağlak, E. (2019). Farkındalık Yaratmakta İletişimin Gücü, *Journal of Awareness*, 3 (5), 653660. DOI: 10.26809/joa.2018548677
- Dehaene, S., Changeux, J. P., Naccache, L., Sackur, J., & Sergent, C. (2006). Conscious, preconscious, and subliminal processing: A testable taxonomy. *Trends in Cognitive Sciences*, 10(5), 204–211.
- Dehaene, S., Naccache, L., & Changeux, J. P. (2014). *International Journal of Psychology and Counseling*. ISSN 2278-5833 Volume 4, Number 1 (2014), pp. 33-42
- Dehaene, S., Naccache, L., & Changeux, J. P. (2020). Subliminal perception and decisionmaking. *Trends in Cognitive Sciences*, 24\*(6), 475–487.
- Demir, H., & Karaca, N. (2023). YouTube Kids içeriklerinin erken çocukluk gelişimi açısından incelenmesi. *Erken Çocukluk Çalışmaları Dergisi*.
- Dijksterhuis, A., & van Knippenberg, A. (1998). The relation between perception and behavior, or how to win a game of Trivial Pursuit. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(4), 865-877.
- Dixon, N. F. (1971), *Subliminal Perception: The Nature of a Controversy*. New York: McGrawHill.
- Erdem, Ö. (2015). Televizyon ve Sinemada Gizli Reklam ve Subliminal Mesaj. *Arketipler*. İstanbul, Türkiye: Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Radyo Televizyon ve Sinema Ana Bilim Dalı.
- Eroğlu, M. (2023). Çocukluk döneminde bilişsel gelişim: Piaget ve Vygotsky'nin bilişsel gelişim kuramlarının incelenmesi ve karşılaştırılması. *International Journal of Education and New Approaches*, 6(1), 69–77.
- Erşan, Ş., & Er, H. (2022). Sosyal öğrenme kuramı bağlamında çizgi filmlerin değerler açısından analizi. *International Journal of Eurasia Social Sciences (IJOESS)*, 13(47), 290–307. <https://doi.org/10.35826/ijoes.3100>
- EU Kids Online. (2023). European findings on children's online experiences. EU Kids Online Research Network.
- Galst, J. P. & White, M. A. (1976). The unhealthy persuader: The reinforcing value of television and children's purchase-influencing attempts at the supermarket. *Child development*, 47(4), 1089-1096.
- Geçtan, E. (1998). *Psikanaliz ve Sonrası*, İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Gee, D. G., Humphreys, K. L., Flannery, J., Goff, B., & Tottenham, N. (2013). Early developmental emergence of human amygdala–prefrontal connectivity. *Biological Psychiatry*, 73\*(2), 219–228. <https://doi.org/10.1016/j.biopsych.2012.06.013>
- Göker, G. (2015). Tele-yaşamlar: Gerçeklik ve kurgu bağlamında Türkiye’de realite programlar. *Global Media Journal TR Edition*, 6 (11), 261-282.
- Göksu, H., & Dağlıoğlu, H. E. (2022). YouTube'daki animasyon içeriklerin çocuğa uygunluk ve gelişime olan katkıları açısından incelenmesi. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi (GEFAD)*, 42(3), 2539–2568.
- Görmez, E. (2018). Medya okuryazarlığı dersinin çizgi filmlerde yer alan subliminal mesajları çözme becerisine etkisi üzerine bir çalışma. *International Journal of Language Academy*, 6(2), 96–106. <https://doi.org/10.18033/ijla.3994>
- Güngör, S. (2025). Screen time and social/emotional development in Turkish preschoolers. *International Journal of Social Sciences and Education Research*.
- Hearn, A., & Hein, W. (2015). Gender representations in advertising. *Journal of Communication Inquiry*, 39\*(3), 238–255. <https://doi.org/10.1177/0196859915576973>

- Holender, D. (1986). Semantic activation without conscious identification in dichotic listening, parafoveal vision, and visual masking: A survey and appraisal. *Behavioral and Brain Sciences*, 9(1), 1-23.
- John, D. R. (1999). Consumer socialization of children: A retrospective look at twenty-five years of research. *Journal of Consumer Research*, 26\*(3), 183–213. <https://doi.org/10.1086/209559>
- Kadioğlu, Z. Y. (2020). Tüketici Sosyalizasyonu Sürecinde Çocuklar ve Çizgi Filmlerde Kullanılan Bilinçaltı (Subliminal) Mesajlar. *Journal of Awareness*, 5(3) , 237-256.
- Kanbur, B. N. (2020). Görsel Medyanın ve Subliminal Mesajların Çocuk Sağlığı Üzerine Etkileri . *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, (10), 94-106.
- Kandel, E. R., Schwartz, J. H., Jessell, T. M., Siegelbaum, S. A., & Hudspeth, A. J. (2013). *Principles of Neural Science* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Kaya, K. (2016). Subliminal Uyarılar İle Seçim Yapma Arasındaki İlişkinin Araştırılması. Ankara, Türkiye: Hacettepe Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü.
- Kaya, Z., & Uzoğlu, M. (2020). Çizgi filmlerin eğitim alanında kullanılmasıyla ilgili yapılan çalışmaların incelenmesi. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(Eğitim ve Toplum Özel Sayısı), 6196–6220. <https://doi.org/10.26466/opus.803593>
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*, New Jersey: Prentice Hall International Inc.
- Küçükbezirci, Y. (2013). Bilinçaltı Mesaj Gönderme Teknikleri ve Bilinçaltı Mesajların Topluma Etkileri. *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*, 1879, 1894.
- Linebarger, D. L., & Walker, D. (2005). Infants' and toddlers' television viewing and language outcomes. *American Behavioral Scientist*, 48(5), 624-645.
- Livingstone, S. & Haddon, L. (2009). *EU kids online: final report*. London: EU Kids Online.
- Livingstone, S., Marsh, J., Plowman, L., & others. (2020). *Young children and digital technology: A qualitative exploratory study*. LSE Publications.
- McLeod, S. (2025). Jean Piaget's theory of cognitive development. *Simply Psychology*.\*
- Madigan, S., Browne, D., Racine, N., Mori, C., & Tough, S. (2019). Association between screen time and children's development. *JAMA Pediatrics*.
- Marsh, J., Plowman, L., Yamada-Rice, D., & others. (2021). Digital play and emotional responses in early childhood. *European Early Childhood Education Research Journal*.
- Media Literacy . *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 10 (22) , 209224 .
- Meneguzzo, P., Cattarinussi, A., Favaro, A., & Tenconi, E. (2017). fMRI evidence of unconscious processing. *NeuroImage*, 147\*, 561–571. <https://doi.org/10.1016/j.neuroimage.2016.12.071>
- Merikle, P. M., & Reingold, E. M. (1991). Comparison of four approaches to measuring the effects of subliminal stimulation. *Journal of Experimental Psychology: General*, 120(3), 341-356.
- Miller, E. K., & Cohen, J. D. (2001). An integrative theory of prefrontal cortex function. *Annual Review of Neuroscience*, 24(1), 167–202.
- Moore, D. L., & Francis, B. (1994). The effects of subliminal psychodynamic activation on academic performance. *Journal of Applied Psychology*, 79(1), 44-47.
- Nikken, P., & Schols, M. (2015). How and why parents guide the media use of young children. *Journal of Child and Family Studies*, 24\*(11), 3423–3435.
- OECD. (2023). *Children in the digital environment*. OECD Publishing.
- Övür, A. (2017). Bilinçaltı etkileme yöntemleri ve kitle iletişim araçlarındaki uygulamaları. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*, 7(1), 25–35.

- Pembecioğlu, N. (2013). Gelecek Kurguları ve Medya Algıları. In: Yavuzer H, Şirin MR, eds. I. Türkiye Çocuk ve Medya Kongresi Bildiriler Kitabı.1. baskı. İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları.
- Pessoa, L. (2018). Understanding emotion and cognition through brain networks. \*Nature Neuroscience, 21\*(12), 1551–1560.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu [RTÜK]. (2024). \*Çocuk ve medya izleme raporu.\* Ankara: RTÜK Yayınları.
- Selçuk, Z.** (2010). *Eğitim psikolojisi* (18. baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Serttaş Ertike, A., Darıcı, S. (2014). Subliminal mesajların reklamlarda kullanımı: Türkiye örneği. First International Communication Science and Media Studies Congress.
- Shanks, D. R. (2010). Priming and the brain. *Neuropsychologia*, 48(4), 1080-1088.
- Strahan, E. J., Spencer, S. J., & Zanna, M. P. (2002). Subliminal priming and persuasion: Striking while the iron is hot. *Journal of Experimental Social Psychology*, 38(6), 556-568.
- Temizyürek, F., & Acar, Ü. (2014). Çizgi filmlerdeki subliminal mesajların çocuklar üzerindeki etkisi. *Cumhuriyet International Journal of Education*, 3(3), 25–39.
- UNESCO. (2023). AI and children: Ethical principles for digital design. UNESCO Publishing.
- UNESCO. (2024). Digital childhood and AI risks. UNESCO Publishing.
- UNICEF Türkiye. (2023). Türkiye’de dijital çocukluk raporu. UNICEF Türkiye.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization [UNESCO]. (2023). \*AI and children: Ethical principles for digital design.\* Paris: UNESCO Publications.
- United Nations International Children’s Emergency Fund [UNICEF]. (1989). \*Convention on the rights of the child.\* New York: United Nations.
- United Nations International Children’s Emergency Fund [UNICEF]. (2023). \*Türkiye’de dijital çocukluk raporu.\* Ankara: UNICEF Türkiye.
- Wilson, B. J. (2008). Media and children's aggression, fear, and altruism. *The future of children*, 18(1), 87-118.
- Yıldız, C. (2016). 3-6 yaş çocuklarının tercih ettikleri çizgi filmlerdeki şiddet içeriklerinin analizi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 16(2), 698-716
- Zeman, A, *Bilinç Kullanım Kılavuzu*, İstanbul: Metis Yayınları; 2012.
- Zhao, Y., Chen, J., & Yu, Z. (2022). Algorithmic persuasion in child-directed recommender systems. \*Computers in Human Behavior, 136\*, 107394. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107394>

*Derleme Makale / Review Article*

**Erken Çocuklukta Subliminal Mesajların Gelişimsel, Beyin ve Bilinçaltı Etkileri**

*The Developmental, Brain, and Subconscious Effects of Subliminal Messages in Early Childhood*

Gülhan GÜVEN<sup>2</sup>



DOI : [10.63556/ankad.v10i1.393](https://doi.org/10.63556/ankad.v10i1.393)

Geliş/Received: 03/11/2025

Kabul/Accepted: 22/01/2026

**Extended Abstract**

**Introduction**

The rapid advancement of technology has fundamentally altered the way children interact with media. Today, platforms such as digital games, YouTube Kids, and TikTok have occupied a central position in the lives of children during early childhood. According to a recent report by RTÜK (2024), 32% of broadcasts aimed at children in Turkey contain indirect product placement, while 19% contain messages explicitly encouraging consumption. Furthermore, UNICEF (2023) data reveals that 68% of children consume online content for more than three hours daily. This high level of exposure indicates that children are constantly subjected to messages that fall below the threshold of conscious awareness—defined as subliminal messages—which shape their behavioral patterns without their realization.

Subliminal messages are visual or auditory stimuli processed by the subconscious mind without conscious detection (Pessoa, 2018). These stimuli can embed themselves into children's cognitive schemas, influencing attitudes and behaviors. This is particularly critical during the ages of 2–7 (Piaget's pre-operational stage), where the ability to distinguish between reality and fiction is limited. This study aims to examine the effects of subliminal messages on the cognitive, emotional, and social development of children in early childhood through a multidimensional lens. The study constructs a theoretical framework based on Piaget's cognitive development, Vygotsky's sociocultural theory, and Bandura's social learning theory, integrating these with neuroscientific findings and ethical considerations. Finally, suggestions are presented in the context of Turkey, guided by reports from RTÜK, UNICEF, and UNESCO.

**Theoretical Framework**

The study analyzes the impact of subliminal messages through three major developmental theories.

**Piagetian Perspective:** According to Jean Piaget, the child is an active explorer. However, in the pre-operational stage (2–7 years), symbolic thought is developing while logical deduction remains limited. Children struggle to distinguish media content from reality. In Piaget's adaptation process, two mechanisms are key: assimilation and accommodation. Subliminal messages typically bypass the "accommodation" phase—where a child would question and restructure their knowledge—and are instead "assimilated" directly into existing schemas. For instance, if a cartoon repeatedly links happiness to purchasing goods, the child internalizes "happiness = consumption" as a natural reality without critical evaluation.

**Vygotskian Perspective:** Lev Vygotsky emphasizes that cognitive development is socially mediated. In the modern era, media acts as a "cultural tool." Vygotsky's concept of the "Zone of Proximal

<sup>2</sup> **Sorumlu Yazar/Corresponding Author:** Doç. Dr., Gazi Üniversitesi, Gazi Eğitim Fakültesi, Temel Eğitim Bölümü, Okul Öncesi Eğitimi ABD, E-posta: [gulhanguven@gmail.com](mailto:gulhanguven@gmail.com)

Development (ZPD)" suggests that children need adult guidance to master tasks they cannot do alone. When children consume media without parental scaffolding, they lack the guidance to critically evaluate content. Consequently, they internalize subliminal messages as their own thoughts (Wartella et al., 2016). Furthermore, the concept of "internalization" explains how external stimuli (e.g., a jingle or symbol) transform into internal desires, making the child feel as though the urge to consume originated from within themselves.

**Bandura's Social Learning Theory:** Albert Bandura (1986) posits that children learn through modeling. Subliminal messages manipulate the "attention" and "motivation" phases of observational learning. Through "vicarious reinforcement," if a media character is rewarded (e.g., becomes popular) for using a specific brand, the child develops a positive attitude toward that brand. This creates an invisible reinforcement effect, shaping not just purchasing behavior but also self-concept and body image.

### **Literature Review and Neuroscientific Findings**

The literature review highlights a growing body of research regarding the impact of digital media on child development. Gee et al. (2013) conducted a longitudinal neuroimaging study revealing that the connectivity between the amygdala and the prefrontal cortex (PFC) is immature in children (ages 4–10). This biological immaturity means children have a heightened stress response to subconscious threat stimuli, making them more vulnerable to anxiety triggered by subliminal messages.

Experimental studies support these findings. Meneguzzo et al. (2017) demonstrated via fMRI that subliminally presented facial expressions activate the amygdala, generating an emotional response without conscious awareness. Similarly, Dehaene et al. (2020) used EEG analysis to show that subliminal stimuli alter the P3 and N2 components, affecting attention and response inhibition. Since the PFC—responsible for executive functions like impulse control and rational decision-making—does not fully mature until early adulthood, children lack the neural hardware to regulate the emotional surges caused by these hidden messages.

In the context of content analysis, Hearn and Hein (2015) found that digital ads reinforce gender stereotypes (beauty for girls, power for boys) at a subconscious level. In Turkey, Kadioğlu (2020) found that subliminal cues in cartoons significantly increased brand association in children aged 5–6. Furthermore, recent studies (Livingstone et al., 2020; Zhao & Zhou, 2022) indicate that algorithmic systems use color, tempo, and sound loops to optimize attention retention, creating a risk of digital addiction and affecting executive functions like selfregulation (Canaslan & Sungur, 2022).

### **Technological Dimension: Digital Manipulation and Algorithms**

The study emphasizes that subliminal influence has evolved from simple TV frames to complex digital manipulation. Platforms like YouTube Kids and Roblox use micro-manipulation techniques, including specific color grading, rapid cuts, and low-contrast background symbols (opaque logos). AI-driven recommendation algorithms create "echo chambers," narrowing the child's cognitive flexibility by constantly feeding similar content. UNESCO (2023) and OECD (2023) reports highlight that these algorithms exploit children's attention cycles. The integration of advertising and content is so seamless that, according to EU Kids Online (2023), 81% of preschoolers cannot distinguish between the actual content and the commercial message.

#### *Behavioral and Emotional Implications*

Subliminal messages have profound effects on emotional regulation and self-identity.

1. **Emotional Regulation:** Subliminal threat stimuli can increase cortisol and adrenaline, leading to anxiety, sleep disturbances, and attention deficits.
2. **Dopamine Loops:** Reward systems in games (likes, points) act as subliminal reinforcers, creating a dependency on external validation and spiking dopamine release.
3. **Empathy and Social Skills:** Violent or hyper-competitive content can desensitize children, normalizing aggression as a path to success.

**4. Self-Perception:** Idealized body images and "beauty filters" presented subliminally shape a child's self-worth, leading to early onset of body dissatisfaction and low self-esteem, particularly in girls.

#### **Ethical Considerations**

The presence of subliminal messages in children's media is not just a psychological issue but a severe ethical violation. It infringes upon the principle of "informed consent" since children cannot consent to messages they are unaware of. This violates Article 17 of the UN Convention on the Rights of the Child, which mandates protection from harmful material. Current legal frameworks in Turkey (RTÜK) struggle to regulate global digital platforms effectively, leaving children vulnerable to data exploitation and psychological manipulation.

#### **Conclusion and Recommendations**

Early childhood is a critical period where the foundations of cognitive, emotional, and social well-being are established. Subliminal messages intervene in this developmental process, exploiting the child's inability to distinguish fantasy from reality (Piaget), their lack of critical scaffolding (Vygotsky), and their tendency to model observed behaviors (Bandura). Neuroscientific evidence confirms that these messages bypass the immature prefrontal cortex and directly activate emotional centers like the amygdala.

To mitigate these risks, the study proposes the following policy and practice recommendations:

- **Media Literacy Education:** Should start at the preschool level, focusing on visual reading and symbol decoding.
- **Parental Awareness:** Workshops to teach parents how to scaffold their children's media consumption.
- **Ethical Guidelines:** RTÜK and the Board of Advertising should develop specific guidelines defining and prohibiting subliminal techniques in digital content.
- **Algorithmic Transparency:** As suggested by UNESCO, the algorithms targeting children must be transparent, explainable, and audited by independent ethical boards.
- **Interdisciplinary Research:** Collaboration between neuroscience, psychology, and AI experts is essential to understand the changing landscape of digital influence.

In conclusion, protecting children from the invisible influence of subliminal messages is not merely about content moderation but ensuring the developmental security of the next generation.