

# *Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Türkiye'de Küçüklerin Kitle İletişim Araçlarından Korunması*

Ezgi Açıklın, Yüksek Lisans Öğrencisi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, ezgiacikalin@gmail.com

## Öz Abstract

Kitle iletişim araçlarının bir çok olumlu yönü olmasıyla birlikte olumsuz yönleri de mevcuttur. Bu olumsuz özellikler en çok henüz eleştirel zeka yetisi kazanmamış olan çocukları etkilemektedir. Bu durum her an medya ile iç içe olan çocukların medyanın zararlarından korunması ihtiyacını doğurmaktadır. Bu olumsuz özellikler en çok henüz eleştirel zeka yetisi kazanmamış olan çocukları etkilemektedir. Bu kapsamda ülkemizde bir çok yasal düzenleme mevcuttur. Özellikle

1999'da Türkiye'nin Avrupa Birliğine adaylık kazanması ve 2005'te müzakerelere başlanmasıyla medya alanında AB Müktesebatına uyumlaşma çalışmaları hızlanmış, yasal düzenlemelerle çocukların kitle iletişim araçlarının zararlı etkilerine karşı korunması için önemli adımlar atılmıştır. Çalışma, küçüklerin kitle iletişim araçlarının zararlı etkilerinden korunması gerekliliğinden yola çıkarak, bu konuda AB'ye uyum sürecinde yapılan düzenlemeleri ve uygulamaları içermektedir.

## *Protection of Minors Against Mass Media in Turkey in The Context Of Harmonization With The European Union Acquis*

Mass media have many positive aspects as well as negative aspects. For this reason, regulating and supervising mass media is a legal obligation. These negative aspects most affect children who have not yet earned critical intelligence. These negative aspects most affect children who have not yet earned critical intelligence. This leads to the need to protect the children who are always in touch with the media from the damages of media. In this context, there are many legal regulations in our country. Particularly in 1999, as

Turkey became a candidate for the European Union and negotiations started in 2005, works to harmonize with the EU acquis in the field of media were accelerated and important steps were taken to protect children from the harmful effects of mass media with legal regulations. Based on the necessity of protecting minors from the harmful effects of mass media, the study includes regulations and practices in the EU harmonization process.

## Anahtar Kelimeler Keywords

İletişim Hukuku, Kitle İletişim Araçları, Medyada Özdenetim, Çocukların Korunması, Avrupa Birliği.

Communication Law, Mass Media, Self-Control In Media, Protection Of Children, European Union.

## Giriş

İletişim, insanlar arasındaki karşılıklı etkileşim olarak tanımlanabilir. İnsanoğlunun birlikte yaşamaya başlaması ve toplumsallaşmasıyla iletişim kavramı daha da önemli hale gelmiştir. Bir toplum iletişimsiz olarak düşünülemez. Dolayısıyla iletişim, insanoğlunun bir arada yaşamasını, bir toplumun var olabilmesini sağlayan bir olgudur. Gelişen iletişim sürecinde bilgi alışverişinin ve tüketimin çoğalmasıyla, geniş kitlelere ulaşabilmek için teknolojik iletişim araçlarına ihtiyaç duyulmuştur. Bu ihtiyaçları da bugün kullanılmakta olan basın, radyo ve televizyon, sinema filmleri, video bantları, ses bantları ve internet gibi kitle iletişim araçları karşılamıştır.

Kitle iletişim araçları; haber verme, bilgilendirme, eğitime ve eğlendirme amaçlarıyla haberleri, bilgileri, duygu ve düşünceleri ve kanaatleri görsel (yazılı basın), işitsel ya da görsel-işitsel olarak sürekli ya da belirli aralıklarla kitlelere ulaştırmaktadır. Teknolojik gelişmeler sonucu kitle iletişim araçları iletişimde hız ve kolaylık sağlamakla beraber, haberlerin, bilgilerin, duygu ve düşüncelerin daha geniş kitlelere yayılmasını da kolaylaştırmıştır. Kitle iletişim araçlarının yukarıda sayıldığı gibi bir çok olumlu yönü olmasıyla birlikte olumsuz yönleri de bulunmaktadır. Radyo, televizyon, sinema ve internetin eğlendirici işlevleri, günümüzde onları en çok kullanılan, boş zamanları değerlendirmede en çok faydalanılan kitle iletişim araçları haline getirmiştir. Günümüzde yetişkinlerin yanı sıra çocukların da birçok elektronik iletişim teknolojileri tarafından kuşatıldığını görmek mümkündür. Eleştirel bir zeka geliştiremediklerinden dolayı çocuklar, kitle iletişim araçları karşısından en hassas kitledir ve bu araçlar çocukların davranışlarını daha çok etkilemektedir. Medyanın çocuğun toplumsallaşma sürecinde, aile, din, eğitim gibi kurumların yanında yer aldığı ve zaman zaman bu kurumlardan çok daha etkili olduğu ifade edilmektedir. Medyanın bu büyük etkisi düşünüldüğünde ve kitle iletişim araçlarının olumlu etkilerinin yanında olumsuz etkileri de göz önünde bulundurulduğunda, kitle iletişim araçları karşısında en çok korunması gerekenler, savunmasız olan çocuklar (küçükler)<sup>1</sup> ve gençlerdir. Küçüğün yaşamıyla erişkin yaşamının birbirine karıştığı günümüz toplumunda kitle iletişim araçları çok önemli bir güç olarak ön plana çıkmaktadır. Kitle iletişim araçları aracılığıyla erişkin yaşamına ait bir çok bilgiyle karşılaşan küçüklerin ruh ve beden sağlığı bozulmaktadır. Kitle iletişim teknolojilerini takip etmemiz, bilgi toplumu olma yolunda ilerlememiz için mecburidir. Buna karşın geleceğin sağlam temellerle atılması için büyük bir öneme sahip olan küçüklerin ve gençlerin kitle iletişim araçlarının zararlarına karşı korunması önemli bir husustur.

Kitle iletişim araçlarının insan hayatının neredeyse ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle günümüzde görsel-işitsel teknolojiler ekonomik, sosyal, kültürel ve psikolojik açıdan toplumu her yönüyle etkilemektedir. Bu gelişmeler, Avrupa Birliği (AB)'nin de yoğun bir şekilde üzerinde durduğu konulardan biri olmaktadır.

Türkiye'nin Avrupa Birliği adaylığı 1999 yılında gerçekleştirilen Helsinki Zirvesi ile resmileşmiştir. Türkiye'nin AB adaylığının kabulünden sonra uygulaması gereken politika, siyaset, ekonomi ve sosyo-kültürel alanlarda AB'nin belirlediği kriterlere uyum sağlama çalışmaları olmuştur. Bu anlamda Türkiye, hukuki düzenlemelerini AB Müktesebatına (*Acquis Communautaire*) uyumlaştırmaya çalışmaktadır. AB müktesebatına uyum bağlamında yasal düzenlemeye gidilen alanlardan biri de medya alanıdır. Bu düzenlemeler doğrudan ya da dolaylı olarak küçüğün korunmasını da sağlamaktadır. Toplumu büyük bir şekilde etkileyen ve yönlendiren kitle iletişim araçlarının olumsuz etkilerinden korunmak için konuyla ilgili hukuki düzenlemeler ve çalışmalar yapılması, bu çalışmalar ile yasal düzenlemelerin gelişmelere göre yeniden düzenlenmesi ve modernize edilmesi, toplumun ve çocuğun üstün yararı için zorunluluktur.

1 Türk Hukukunda 18 yaşından küçük olan çocuklar, "küçük" olarak adlandırıldığı için çalışmada yer yer çocuk yerine küçük kelimesi de kullanılacaktır.

## Kitle İletişim Araçları Özellikleri, İşlevleri ve Etkileri

Kitle iletişim araçlarının özelliklerini, işlev ve etkilerini anlamak için önce kitle iletişimini kavramak gerekmektedir. Kitle iletişimi (haberleşmesi) [*Mass Communication (İng.)* , *Communication de Masse (Fr.)*, *Massen-Kommunikation (Alm.)*] toplumsal yaşamın bir gereksinimi olarak ortaya çıkmış ve basın, radyo, televizyon, sinema, video ve internet aracılığı ile yapılan iletişim (haberleşme) ve her türlü yayınları kapsayan bir kavramdır. “Kitle iletişimi, “bilgi, düşünce ve tutumların büyük ve dağınık bir kitleye, bu amaç için geliştirilmiş araçlarla iletilmesi olarak tanımlanabilir.” (Aziz, 2006: 10) Kitle iletişiminde amaç toplumun tamamına ya da olabildiğince fazla kitlelere ulaşmaktır. “Kitle iletişim, uzmanlaşmış grupların teknolojik araçları (basın, radyo, tv.) kullanarak geniş, heterojen ve dağınık izleyicilere simgesel içerikleri yayma tekniklerini ve örgütlerini içerir.” (Erdoğan ve Alemdar, 2010: 202) Dolayısıyla kitle iletişimi denildiği zaman: basın, radyo, televizyon, sinema, video bantları ve internet yoluyla gerçekleşen araçlar akla gelmektedir.

Kitle iletişim araçları [*Mass Media (İng)*, *Les Moyens de Communication de Masse (Fr.)*, *Massenkommunikationsmittel (Alm.)*], kitle iletişiminin gerçekleştirildiği teçhizatların bütününe kapsamaktadır (Aziz, 2006: 12). Farklı coğrafyalarda yaşayan bireyler teknolojinin olanaklarından yararlanarak, kitle iletişim araçları sayesinde, birbirlerine rahatlıkla ulaşabilmişler ve ‘mesafenin’ iletişimi engelleyen bir unsur olmasını ortadan kaldırmışlardır. Kitle iletişim araçları haberleri, düşünceleri veya duyguları yazı, resim veya ses olarak çoğaltarak farklı ekonomik ve sosyo-kültürel değerlere sahip olan topluluklara ulaştırırlar. (Zafer, 1999: 752). “Basın, radyo ve televizyon, sinema filmleri, video bantları, ses bantları ve internet bugün kullanılan kitle iletişim araçlarından başlıcalarıdır” (İçel, 2015: 43,44).

Kitle iletişim araçları tarih boyunca toplumların ilgi odağı olmuş, insanların hayatlarını kolaylaştırmış ve hayatlarının bir parçası haline gelmiştir. Günümüzde hemen her insanın en az bir kitle iletişim aracı kullandığını ve bu araçlarla ihtiyaçlarını karşıladığını görmekteyiz. Gelişen teknolojinin en büyük icadı internetle beraber neredeyse bütün kitle iletişim araçları tek bir çatıda toplanabilme özelliği kazanmıştır. İnsanlar artık akıllı telefon ve tabletlerinden sinema filmleri ve videoların yanı sıra televizyon izleyebilmekte, radyo dinleyebilmekte ve gazete okuyabilmektedir. Hayatlarımızın vazgeçilmez bir parçası haline gelen ve gündelik hayatta yoğun bir şekilde kullandığımız kitle iletişim araçlarının özelliklerini ve işlevlerini şu şekilde sıralayabiliriz:

### Özellikleri:

- Kitle iletişim araçları anonimdir, icat edilmesinde tek bir isimden söz etmek mümkün değildir. Kitle iletişim araçları yine farklı yerlerde farklı kültürlere ve farklı sosyo-ekonomik güce sahip olan bir çok kişiye hitap etmekte ve ortak bir kullanım imkanı sunmaktadır. Dolayısıyla kitle iletişim araçları, bu araçları kullananlar bakımından da anonim bir niteliğe sahiptir.
- Kitle iletişim araçları kiteseldir. Sağladıkları enformasyon ve hizmeti kitlelere sunmakta ve dünyanın en ücra köşelerine kadar ulaşabilmektedir.
- Kitle iletişim araçları görsel, işitsel ve görsel-işitseldir. Kitle iletişim araçlarından yazılı basın göze, radyo ve ses bantları kulağa hitap etmekteyken sinema, televizyon ve videolar hem göze hem de kulağa hitap etmektedir. Kitle iletişim araçlarından internet ise bunların hepsini bir arada bulundurmaktadır.

### İşlevleri:

- Kitle iletişim araçları kamuoyunun oluşmasına ve düzenlenmesine yardımcı olur ve oluşan kamuoyunu açıklar.
- Bilgiyi üretme, paylaşma ve haber verme işlevini görür.
- Bilgilendirme, haber verme, kamuoyu oluşturma ve halkı aydınlatma açısından etkili bir kontrol mekanizması kuran kitle iletişim araçları bunun sonucunda denetleme ve eleştiri yapma işlevine de sahiptir.
- Denetleme ve eleştiri yapma işleviyle yasama, yürütme ve yargı organlarından sonra, dördüncü güç olma niteliğini kazanmıştır.
- Ulusal ve uluslararası ilişkilerde devleti tanıtmaya işlevi görür, devlet faaliyetlerini tanıtır.
- Devlet ve özel sektörler tarafından üretilen mal ve hizmetleri tanıtır.
- Kültürün nesilden nesile aktarılmasını sağlar.
- Eğitim ve öğretime katkı sağlar.
- İnsanların eğlenme ihtiyaçlarını karşılayarak hoş vakit geçirmelerine yardımcı olur.

### Çocuğun Kitle İletişim Araçları İle İlişkisi ve Medya Bağımlılığı

Günümüzde kitle iletişim araçlarının önemi ve hayatımızdaki yeri yadsınamaz büyüklüktedir. Kitle iletişim araçları nitelik ve işlevleri sayesinde kitleleri önemli ölçüde etkilemekte, bireylerin kanaat ve tutumlarını değiştirmektedir. Etki alanı çok geniş olan kitle iletişim araçları en çok da çocukları etkilemektedir. Kitle iletişim araçlarının çocuğun eğitimine katkı sağlaması, toplumsallaşmasına yardımcı olması, farklı dünyalara açılabilmesi ve farklı görüşlere sahip olabilmesine yardımcı olması, yapılan faydalı yayınlarla çocuklara hoşgörüyü, paylaşmayı, iş birliğini, başkalarını düşünmeyi öğretmesi açısından bir çok olumlu etkileri bulunmaktadır. Fakat kitle iletişim araçlarını tamamıyla olumlu etkileri olan araçlar olarak görmek doğru değildir. Tüm bu sayılanlar kadar ve hatta daha fazla olacak şekilde kitle iletişim araçlarının bireyler ve en çok da çocuklar üzerinde bir çok olumsuz etkisi mevcuttur. Kitle iletişim araçları çocukları toplumsallaştırdığı gibi yalnızlaştıra da bilmekte, eğitimine katkı sağladığı gibi boş zaman etkinliklerinde fazla kullanımı bağımlılık yaratabilmekte ve eğitim süreçlerini sekteye uğratabilmekte, bir yandan hoşgörü ve paylaşımcılık duyguları aşılarken diğer yandan çocuğu yozlaştırabilmekte ve çocuğa bencillik duygusunu aşılayabilmektedir. Fendoğlu'na göre günümüz çocukları medya ile içe içedir ve adeta medya tarafından kuşatılmış bir haldedir (Fendoğlu, 2015: 334).

Türkiye İstatistik Kurumu 2013 yılı Türkiye genelinde "06-15 Yaş Grubu Çocuklarda Bilişim Teknolojileri Kullanımı Ve Medya" verilerine göre bilgisayar kullanmaya başlamak ortalama 8 yaşında, internet kullanmaya başlamak ise ortalama 9 yaşında gerçekleşmektedir. Yine aynı verilere göre çocukların %60,5'i bilgisayar, %50,8'i internet, %24,3'ü cep telefonu kullanmakta, %46'sı hemen her gün internete girmekte, her 10 çocuktan 2'si her gün televizyon izlemektedir (TÜİK, 2013).

İstatistiklerden de anlaşılacağı üzere çocukların birçoğu zamanların büyük bir kısmında medya ile bir arada olmaktadır. Kitle iletişim araçları yoluyla yapılan yayınların büyük bir kısmının yetişkinlere yönelik olduğu düşünülürse, küçüklerin medyanın zararlı içeriklerine maruz kaldığı, medyanın kuşatılmışlığı altında kendi çocuk dünyalarından çıkıp, yetişkinlerin dünyasına girdikleri söylenebilir.

Kitle iletişim araçlarının fazla kullanımı ve küçüğe zararlı içerikleri henüz gelişim çağını tamamlamamış olan çocuğu fiziksel olarak olumsuz yönde etkilemektedir. Örneğin çocukların bilgisayar başında uzun süre oturmaları kas ve iskelet sistemi gelişimlerini olumsuz yönde etkileyebilmekte ve çocuklarda oturuş ve duruş bozukluklarına yol açabilmektedir. Aynı zamanda bilgisayar ve televizyon başında uzun zaman geçirmek çağın hastalığı olan obeziteye yol açabilmektedir.

Gonca Karayağız Muslu ve Bahire Bolışık'a göre; Uzun süre bilgisayar önünde kalma ile yeme alışkanlıkları, fiziksel aktivite azlığı ve obezitede artış arasında doğrusal bir ilişki vardır. Obezite enerji alımını arttıran ya da enerji tüketimini azaltan faktörlerin oluşturduğu enerji dengesizliğinden kaynaklanır. Bilgisayarda fazla zaman geçirme, çocukların oyun oynama, spor yapma gibi etkinliklere daha az zaman ayırmalarına neden olarak enerji tüketiminde azalmaya yol açmaktadır (Karayağız Muslu, Bolışık, 2009: 446).

Bir başka açıdan internet ve televizyonun bilinçsiz kullanımı çocuklarda göz bozukluklarına yol açabilmekte, çocukların fazla radyasyon etkisi altında kalmalarına sebep olmaktadır.

Çocuklar, tıpkı anne ve babalarını rol model aldıkları gibi izledikleri ve takip ettikleri medya karakterlerini de rol model almaktadır. Kitle iletişim araçları yoluyla yapılan yayınlarda çocuklar, rol model aldıkları karakterleri taklit edip şiddete başvurabilir, fiziksel açıdan kendilerine ve çevrelerine zarar verebilirler. Bir dönemin çizgi filmi Ninja Kaplumbağalar ile çocukların pizza tüketimlerinin artması çocukların izledikleri karakterleri model aldıklarını destekler niteliktedir. Kitle iletişim araçları fiziksel açıdan küçükleri olumsuz etkilediği gibi psikolojik açıdan da küçüklerin olumsuz etkilenmelerine sebep olabilir. Günümüzde sıkça karşılaştığımız şiddet içerikli yayınlar, bilgisayar ve video oyunları çocukları düşmanca tavır sergilemeye ve şiddeti normalleştirmeye götürebilmektedir. Öte yandan çocukların uzun süre televizyon ve bilgisayar başında kapalı ortamda kalmaları onları depresyona sürükleyebilmekte, sosyallikten uzaklaştırıp içe kapanıklığı arttırabilmekte ve birer medya bağımlısı haline getirebilmektedir. Günümüzde Bakırköy Ruh ve Sinir Hastalıkları Hastanesinde hizmet gören bilgisayar bağımlılığı ünitesi bu duruma kanıt niteliğindedir. Artan sosyal medya kullanımı çocukların ana dillerinde ve kültürlerinde yozlaşmaya, kimliklerinin özgün bir şekilde oluşmasına engel olmaya, okuma ve düşünme becerilerini engellemeye sebep olabilmekte aynı zamanda çocukların masumiyet dünyalarını yok edebilmektedir.

Neil Postman Çocukluğun Yokoluşu kitabında bu konuda; çocukların geçmiş dönemden farklı olarak, yetişkinlerin dünyasına ait çok yoğun bilgi bolluğunda kendilerine ait naif dünyalarından uzaklaştıklarını ve vaktinden önce yetişkin dünyasına giren çocukların aslında çocukluk bahçesinden kovulduklarını söylemektedir (Postman, 1995: 127).

Kitle iletişim araçları ile yapılan yayınlar yoluyla çocukların tüketim alışkanlıkları da değişmektedir. Yayınlanan reklamlar yoluyla çocuklar, savurganlaşabilmekte, çocuklarda marka bağımlılığı oluşabilmektedir. Bu durum çocukların psikolojik, duygusal, bilişsel ve ahlaki gelişmelerine zarar verebilmektedir.

## **Türkiye'nin Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Politikasına Uyum Sürecinde Küçüğün Korunmasına Yönelik Gerçekleştirilen Yasal Düzenlemeler ve Uygulanan Projeler**

Türkiye AB adaylığına kabul edilmesinden sonra, Kopenhag Kriterlerini yerine getirmeye ve AB Müktesebatına uyum sağlamaya çalışmaktadır. 3 Ekim 2005 tarihinde yapılan Katılım Konferansı ile AB ile katılım müzakerelerine başlayan ülkemizde, AB'ye uyum bağlamında,

yasal düzenlemeye gidilen alanlardan biri de 10 Numaralı “Bilgi Toplumu ve Medya” başlığı ile görüşülen medya alanıdır. Toplum büyük bir şekilde etkileyen ve yönlendiren kitle iletişim araçlarının olumsuz etkilerinden korunmak için konuyla ilgili hukuki düzenlemeler ve çalışmalar yapılması zorunluluktur. Bu düzenlemeler doğrudan ya da dolaylı olarak küçüğün hem medyadan olabildiğince faydalanmalarına yardımcı olmakta hem de medyanın zararlı içeriklerinden korunmasını sağlamaktadır. Bu kapsamda ülkemizde özellikle 2002 yılından itibaren medya mevzuatımız AB Görsel-İşitsel Politikasına ve Mevzuatına uyumlaştırılmaya çalışılmış, 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunda sürekli olarak değişiklikler yapılmıştır. Türkiye’nin AB’ye uyum sürecinde AB tarafından hazırlanan Türkiye’nin ilerleme raporlarında 1998 yılından itibaren sürekli olarak ifade ve haberleşme hürriyeti, farklı dil ve lehçelerde yayınlar, Türkiye’nin medya mevzuatının AB kriterlerine uyumunun yeterli olmadığı konularında eleştiri ve istekler yer almış ve 3984 sayılı Kanunun özellikle tanımlar, yayın alma hürriyetleri, milliyetçilik açısından ayrımcılık, reklamcılık, tele-alışveriş, küçüklerin korunması hususlarında farklı olduğu belirtilmiştir (Sapmaz, 2011:60). Bu kapsamda söz konusu kanunda uyumlaştırma çalışmalarına başlanmıştır. Buna 4771 sayılı Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun ile birlikte 3984 sayılı Kanuna eklenen şu hükümler örnek gösterilebilir:

MADDE 8.- A) 13.4.1994 tarihli ve 3984 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunun 4 üncü maddesinin birinci fıkrasına aşağıdaki hükümler eklenmiştir.

Ayrıca, Türk vatandaşlarının günlük yaşamlarında geleneksel olarak kullandıkları farklı dil ve lehçelerde de yayın yapılabilir. Bu yayınlar, Cumhuriyetin Anayasada belirtilen temel niteliklerine, Devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğüne aykırı olamaz. Bu yayınların yapılmasına ve denetimine ilişkin usul ve esaslar, Üst Kurulca çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir.

B) Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunun 4 üncü maddesinin ikinci fıkrasının (f) ve (v) bentleri aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

f) Özel hayatın gizliliğine saygılı olunması.

v) Yayınların şiddet kullanımını özendirici veya ırkçı nefret duygularını kışkırtıcı nitelikte olmaması.

C) Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanunun 26 ncı maddesinin birinci fıkrası aşağıdaki şekilde değiştirilmiştir.

Bu Kanuna aykırı olmamak kaydıyla, yayınların yeniden iletimi serbesttir. Yeniden iletime ilişkin usul ve esaslar, Üst Kurulca çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir (Resmi Gazete, 2002).

TRT bu değişiklik kapsamında Haziran 2004’ten bu yana Radyo 1 ve TRT 3 televizyon kanalında Boşnakça, Arapça, Çerkezce, Kırmence ve Zazaca dillerinde yayınlar yapmaktadır. Ancak yapılan bu yayınlar haber, müzik ve kültürel programlardan oluşmakta, örneğin tez konumuz kapsamında olan çocuk programlarına farklı dil ve lehçelerde yayınlarda yer verilmemektedir. AB mevzuatına uyum ile ilgili bir diğer gelişme de 17 Nisan 2003 tarihinde yürürlüğe giren, 3984 Kanun ile Avrupa Sınır Ötesi Televizyon Sözleşmesinde öngörülen hükümler çerçevesinde yayın kuruluşlarının uyması gereken esas ve usulü belirleyen, Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmeliktir. Yönetmelik; yayıncılık alanında yeni tanımlar getirerek, çocuk ve gençlerin zararlı içeriklerden korunması, reklamlar, günümüzde çok sık karşılaştığımız yeni dönem reklam türü olan tele-alışverişler, yeniden iletim ve kamunun önemli olaylara erişimi konularında yeni düzenlemeler getirmektedir (Çakır ve Gülnar, 2007:2018). Yönetmelikte küçüklerin korunması için reklamlar ve tele-alışverişin yeniden düzenlenmesi konusunda AB mevzuatına benzer hükümler yer almakta ve 41. maddede belirtilen koruyucu simge sistemi ile çocukların korunması amaçlanmaktadır.

Koruyucu Simge Sistemi

Madde 41 – Korumalı saatlerde yayınlanacak çocuk programları ve çizgi filmler, sinema ve televizyon filmleri ve diziler için, birbirinden farklı zihinsel, duygusal ve sosyal gelişim özelliklerine sahip olan izleyici/dinleyici kitlesi ve aileler Koruyucu Simge Sistemi kullanılarak,

belirli yaş grupları için tanımlanmış simgelerle sesli/yazılı olarak bilgilendirilir. Bu Yönetmelikteki tanıma uygun koruyucu simge sistemi ile ilgili açıklayıcı ve yol gösterici uygulama rehberleri Üst Kurul tarafından yayınlanır.

Koruyucu Simge Sistemi ile ilgili uygulamalarda bu rehber hükümleri esas alınır ve yayınların bu esaslara uygunluğu değerlendirilerek kamuoyuna duyurulur (Resmi Gazete, 2003).

AB Görsel-İşitsel Medya Politikası çok geniş kapsamlı olup, bütün kitle iletişim araçlarını ele almaktadır. Yukarıda anlatılanlar çerçevesinde yapılan değişikliklere rağmen AB Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi (GİMHY) ile uyum konusunda 3984 sayılı kanun yetersiz kalmış ve ilga edilerek yerine sadece karasal yayıncılığın değil, isteğe bağlı yayın hizmetlerinin de ayrıntılı bir şekilde düzenlendiği 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun 3 Mart 2011 tarihinde resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Günümüzde medya yayın hizmetlerinde kullandığımız kanun 6112 sayılı Kanun olduğundan dolayı çalışmamızda 6112 sayılı Kanun'a daha çok yer verilecektir.

AB'ye uyum süreci kapsamında hazırlanan 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'da küçüklerin doğrudan veya dolaylı olarak korunması konusunda inceleyebileceğimiz yayın hizmeti ilkeleri şu şekilde düzenlenmektedir:

Yayın hizmeti ilkeleri

MADDE 8 – (1) Medya hizmet sağlayıcılar, yayın hizmetlerini kamusal sorumluluk anlayışıyla bu fıkrada yer alan ilkelere uygun olarak sunarlar. Yayın hizmetleri;

b) Irk, dil, din, cinsiyet, sınıf, bölge ve mezhep farkı gözeterek toplumu kin ve düşmanlığa tahrik edemez veya toplumda nefret duyguları oluşturamaz.

ç) İnsan onuruna ve özel hayatın gizliliğine saygılı olma ilkesine aykırı olamaz, kişi ya da kuruluşları eleştiri sınırları ötesinde küçük düşürücü, aşağılayıcı veya iftira niteliğinde ifadeler içeremez.

d) Terörü övemez ve teşvik edemez, terör örgütlerini güçlü veya haklı gösteremez, terör örgütlerinin korkutucu ve yıldırıcı özelliklerini yansıtıcı nitelikte olamaz. (Mülga ikinci cümle: 2/1/2017-KHK-680/18 md.)(...)

e) Irk, renk, dil, din, tabiiyet, cinsiyet, engellilik, siyasî ve felsefî düşünce, mezhep ve benzeri nedenlerle ayrımcılık yapan ve bireyleri aşağılayan yayınları içeremez ve teşvik edemez.

f) Toplumun millî ve manevî değerlerine, genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı olamaz.

g) Suç işlemeyi, suçluyu ve suç örgütlerini övücü, suç tekniklerini öğretici nitelikte olamaz.

ğ) Çocuklara, güçsüzlere ve engellilere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez.

h) Alkol, tütün ürünleri ve uyuşturucu gibi bağımlılık yapıcı madde kullanımı ile kumar oynamayı özendirici nitelikte olamaz.

i) Suçlu olduğu yargı kararı ile kesinleşmedikçe hiç kimse suçlu ilân edilemez veya suçluymuş gibi gösterilemez; yargıya intikal eden konularda yargılama süresince, haber niteliği dışında yargılama sürecini ve tarafsızlığını etkiler nitelikte olamaz.

j) Haksız çıkarılara hizmet eden ve haksız rekabete yol açan unsurlar içeremez.

l) Genel sağlığa, çevrenin ve hayvanların korunmasına zarar verecek davranışları teşvik edemez.

m) Türkçenin, özellikleri ve kuralları bozulmadan doğru, güzel ve anlaşılır şekilde kullanılmasını sağlamak zorundadır; dilin düzensiz, kaba ve argo kullanımına yer verilemez.

n) Müstehcen olamaz.

r) Kişileri fal veya batıl inançlar yoluyla istismar edemez.

s) Toplumsal cinsiyet eşitliğine ters düşen, kadınlara yönelik baskıları teşvik eden ve kadını istismar eden programlar içeremez.

ş) Şiddeti özendirici veya kanıksatıcı olamaz.

t) (Ek: 2/1/2017-KHK-680/18 md.) Terör eylemini, faillerini ve mağdurlarını terörün amaçlarına hizmet edecek sonuçlar doğuracak şekilde sunamaz.

(2) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya

ahlakî gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılsa dahi yayınlanamaz.

(3) İsteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcıları, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimini olumsuz etkileyebilecek nitelikteki yayın hizmetlerinin, bunların bu tür hizmetleri normal şartlar altında duymayacakları ve görmeyecekleri şekilde sunulmasını sağlamakla yükümlüdür.

(4) (Ek: 17/4/2017-KHK-690/60 md.) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, arkadaş bulma amacıyla kişilerin tanıştırıldığı ve/veya buluşturulduğu türden programlara, takviye edici gıdalar ve benzeri destekleyici ürünler de dâhil olmak üzere herhangi bir ürünün ilgili mevzuatına aykırı olarak sağlık beyanıyla satışına, pazarlanmasına ve/veya reklamına, sohbet, arkadaşlık ve eş bulma hatlarının ve hizmetlerinin tanıtımına yer verilemez<sup>2</sup> (Resmi Gazete, 2011).

Günümüz tüketim çağının en gerekli unsurlarından biri reklamlardır. Reklamın kişiler üzerindeki etkisi büyüktür. Dolayısıyla firmaların reklamda kullanacağı unsurlar çok geniştir. Yani reklam firmalarının ilgi alanına aklımıza gelebilecek hemen her şey girebilmektedir. En çok da masum ve samimi olmalarından dolayı çocuklar reklam firmalarının ilgi alanına girmektedirler. Nilüfer Pembecioğlu'na göre; reklamcılar açısından çocuk çok değişik anlamlar taşıyabilmektedir. Pembecioğlu bunu şöyle açıklar:

Çocuk, yetişkinlere yönelik tüketimleri daha sevimli kılabilen bir varlıktır ve yetişkinlere ulaşmak için bir köprü olarak görülmektedir.

Çocuk, yetişkinlerin çocuklara yönelik tüketimlerini yönlendirebilen bir varlıktır ve sonuçta yetişkin harcamalarının çocuk merkezli olmasına neden olmaktadır.

Çocuk, çocuklara yönelik tüketimleri yönlendiren bir konumdur.

Çocuk, çocuklara ve yetişkinlere yönelik tüketimleri yönlendirebilen, bireysel harcama yetkisi olan gelecekteki üretim ve tüketim biçimlerini yönlendirecek bir varlık olarak görülmektedir (Pembecioğlu,2006: 325).

Reklamlar üzerine yapılan çalışmalarda üzerinde en çok durulan konulardan biri etik konusudur. Reklamın kişileri gereksiz tüketime sevk ettiği, tüketicilerin eksik veya yanlış bilgilendirildiği, reklam yapılırken abartıya kaçıldığı ve bireylerin maddi ve manevi anlamda sömürüldüğü konularında birçok eleştiri bulunmaktadır. Reklamlar renk, hareket vb. görüntü unsurlarından dolayı küçüklerin her zaman ilgisini çektiği, bir bebeğin bile reklamlar karşısında gözlerini televizyondan alamadığı aşikardır. AB'ye uyum sürecinde düzenlenen 6112 sayılı Kanunumuzda reklamlara (ticari iletişime) dair konumuzla ilgili hüküm ve esaslar şunlardır:

MADDE 9 – (1) Ticarî iletişim, yayın hizmetinin diğer unsurlarından görsel ve işitsel olarak kolayca ayırt edilebilir olmak zorundadır.

(2) Ticarî iletişimde bilinçaltı teknikleri kullanılamaz.

(3) Gizli ticarî iletişime izin verilemez.

(6) Ticarî iletişim, 8 inci maddede belirlenen esas ve ilkeler saklı kalmak kaydıyla;

a) Adalet, hakkaniyet ve dürüstlük ilkelerine uygun olmak,

b) Cinsiyet, ırk, renk veya etnik köken, tabiiyet, din, felsefî inanç veya siyasî düşünce, engellilik, yaş ve herhangi bir ayrımcılığı içermemek veya teşvik etmemek,

c) Yanıltıcı olmamak ve tüketicinin çıkarlarına zarar vermemek,

ç) Çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar vermemek, deneyimsizliklerini veya saflıklarını istismar ederek, çocukları bir ürün veya hizmeti satın almaya veya kiralamaya doğrudan yönlendirmemek; çocukları reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satın almak için ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik etmemek; çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güveni istismar etmemek veya sebepsiz olarak çocukları tehlikeli durumlarda göstermemek,

2 Evlilik programları Türkiye'de bir çok tartışmaya sebep olmuş, RTÜK'e bu programların evlilik ve aile kurumlarına, çocukların psikolojik ve ahlaki gelişimlerine zarar verildiği gerekçesi ile bir çok şikayette bulunulmuştur. Hükümetin de isteği ile yapılan çalışmalar sonucu 17 Nisan 2014 tarihinde yönetmeliğe eklenen bu madde ile evlilik programları yayından kaldırılmıştır.



e) Sağlık, çevre ve güvenliğe zarar verecek davranışa teşvik etmemek, zorundadır.  
(7) Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda ve maddeler içeren yiyecek ve içeceklerin ticarî iletişimine, çocuk programlarıyla birlikte veya bu programların içinde yer verilemez (Resmi Gazete, 2011).

Belirli ürünlerin ticari iletişimi ile ilgili diğer düzenlemelerde “Alkol ve tütün ürünleri için hiçbir şekilde ticarî iletişime izin verilemez.” (6112, m.11), ürün yerleştirme ile ilgili düzenlemelerde ise “çocuk programlarında ürün yerleştirmeye izin verilmemektedir” (6112, m. 13). şeklinde hükmedilmektedir.

Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinin eğitimde önemli bir yere sahip olduğu, küçüklerin eğitimlerine destek verme yönünde kitle iletişim araçlarının eğitici bir rolü olduğundan söz etmiştik. Bu hizmetlerin, çocukların ana dillerini düzgün bir şekilde kullanabilmesi için Türkçenin düzgün, anlaşılır bir dilde gerçekleştirilmesi, çocukların kültürel gelişimlerinin korunması gerekmektedir. 6112 sayılı Kanun'un 14. maddesine göre, çocuklara yönelik yayınlarda; çizgi filmlerin en az yüzde yirmisi, diğer programların ise en az yüzde kırkı Türkçe dilinde üretilmeli ve bu yayınlar Türk kültür ve değerlerini yansıtmalıdır. Bu programların hangi saatlerde ve ne kadar süre ile yayımlandığının matematiksel verileri, aylık periyotlarla Üst Kurul'a bildirilmesi istenmekte ve bu şekilde bir denetleme yoluna gidilmektedir.

RTÜK'ün 2014 yılında 6112 sayılı Kanun'da belirtilen Yayın Hizmeti İlkelerine bağlı olarak yayımladığı Yayın İlkeleri Rehberine göre çocuğun korunmasında aşağıdaki hususlara dikkat edilecektir:

Medya hizmet sağlayıcıları, özgün içerik yayınlama haklarını, toplumun kolay incinen kesimlerini koruma sorumluluğu ile dengeleyerek kullanmalıdırlar.

Haber bültenlerinin, çocukların da ekran başında olduğu saatlerde yayınlanması halinde, haber dilinde ve görüntülerde dikkatli ve özenli davranılmalıdır.

Trajik olaylara ilişkin haberlere çocukların katılımı istenmemeli ve bu tür haberlerde çocuklarla röportaj yapılmamalı, çocuklar stüdyoya konuk edilmemelidir.

Suçta itilmiş ya da suç mağduru olmuş çocukların, ilgili haberlerde isimleri ve yüzleri gizli tutulmalıdır.

Haberin tek tanığı çocuklar ise; iletişim, ruh sağlıklarına zarar vermeyecek şekilde ve ilgili uzmanlar gözetiminde, mutlaka ebeveynlerinden izin alınarak yapılmalıdır.

Çocuklara, yaşları gereği doğru dürüst yanıtlamalarına olanak bulunmayan konularda fikirleri sorulmamalıdır. Çocuğun katılımının makul olarak beklenebilecek sonuçları, örneğin çocuğun hedef olma olasılığı çocuğa anlatılmış olmalıdır.

Çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimini ciddi biçimde bozabilecek türde içerik hiçbir şekilde yayınlanmamalıdır.

Çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerini olumsuz etkilemesi muhtemel diğer programlar da, bunların izleyebileceği zaman dilimleri göz önünde bulundurularak ve koruyucu sembol eşliğinde yayınlanmalıdır.

Yayınlara olası zararlı etkilerinden çocuk ve gençleri korumak için bir bilgilendirme sistemi olarak geliştirilen koruyucu sembol sistemi Akıllı İşaretler kullanılmalıdır.

Akıllı İşaretler, Kanun, Yönetmelik ve Kodlayıcı Uygulama Rehberinde belirlenen esas ve ilkeler çerçevesinde uygulanmalıdır.

Programların sembolleri ve buna uygun olarak yayınlanabilecekleri zaman dilimleri göz önünde bulundurulmalıdır.

Korunmalı saatlerdeki program tanıtımlarında, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde şiddet, cinsellik ve benzeri unsurlar taşıyan içeriklere yer verilmemelidir.

Çocuklara yönelik olarak hazırlanan programlarda, çocuklar tarafından zararlı veya tehlikeli bir biçimde kolaylıkla taklit edilebilecek davranışlara veya görüntülere yer verilmemelidir.

Programlarda çocukların yer aldığı sahnelerin içeriği, bu programlara katılan ya da bunlarda rol alan çocukların fiziksel, zihinsel veya duygusal gelişimine zarar verecek unsurlar içermemelidir.

Yarışmalara katılan çocukların, katıldığı yarışmanın yaş aralığına uygun olması ve yarışmanın çocukların duygusal gelişimlerini olumsuz etkilememesi sağlanmalıdır. Programlarda çocuklara ödül verilecek ise bu ödüllerin de onların yaş aralığına uygun olmasına dikkat edilmelidir (RTÜK, 2014).

6112 sayılı Kanun kapsamında küçüklerin kitle iletişim araçlarını etkin ve nitelikli kullanabilmesi ve kitle iletişim araçlarının olumsuz ve zararlı içeriklerinden korunması kapsamında mevcut yasal düzenlemelerin sonucunda bir çok proje geliştirilmiştir.

Bu projelerin en önemlileri İyi Uykular Çocuklar Projesi, Korumalı Saat Uygulaması, Koruyucu Semboller Projesi ve Medya Okuryazarlığı Projesi olarak sıralanabilmektedir.

### ***Korumalı Saat Uygulaması***

6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'a göre 2 Kasım 2011 tarihinde resmi gazetede yayımlanarak yürürlüğe giren Yayın Hizmeti Usul Ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin Tanımlar alt başlığı ile 4. maddesinde korumalı saatler, "*Çocuk ve gençlerin, yayınları izleme veya dinleme ihtimali olan 24:00-05:00 saat aralığı dışındaki zaman dilimini*" ifade etmektedir.

Buna göre çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerini olumsuz etkilemesi muhtemel diğer programlar da, bunların izleyebileceği zaman dilimleri göz önünde bulundurularak yani korumalı saatler göz önünde bulundurularak, koruyucu sembol kullanılarak yayınlanmalıdır (RTÜK, 2014) .

Korumalı saatlerdeki program ve program tanıtımlarında, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde şiddet, cinsellik ve benzeri unsurlar taşıyan içeriklere yer verilmemelidir. Şiddet unsuru içeren görüntüler flulaştırma (mozaikleme, buzlandırma) gibi yöntemlerle sadece olayın gerektirdiği kadar yayınlanmalıdır.

### ***Koruyucu Sembol Sistemi (Akıllı İşaretler)***

Koruyucu Sembol Sistemi RTÜK tarafından 17 Nisan 2003 tarihli "Radyo ve Televizyon Yayınlarının Usul ve Esasları Hakkında Yönetmeliğin 41. maddesi ile kabul etmiştir (Fendoğlu, 2014: 360). Sistem ülkemizde "Akıllı İşaretler" olarak adlandırılmaktadır.

Akıllı İşaretler, televizyon yayınlarının içeriği hususunda eğitici, bilgilendirici ve aynı zamanda farkındalık ve duyarlılığı arttıran bir sistemdir. Bu sistem, özelde ebeveynlerin, genelde toplumun, çocuk ve gençleri zararlı içerikten koruma görevinin yerine getirilmesine destek olmaktadır (RTÜK, 2006-2017).

RTÜK tarafından yapılan, toplumun farklı kesimlerinin temsil edildiği geniş çaplı araştırmalar sonucu ebeveynlerin ve toplumun "çocukların, medyanın olumsuz ve zararlı içeriklerinden korunması" konusunda büyük hassasiyet gösterdikleri ve bu konuda bilgilendirilmek istedikleri ortaya çıkmıştır. Bunun sonucunda, İletişim ve Tıp Fakültelerinin akademisyen ve uzmanlarının oluşturduğu bir komite, zararlı içerikleri, yaş kategorilerini ve kullanılacak sembollerin özelliklerini belirlemiştir (Fendoğlu,2014: 361). Akıllı İşaretlerin yaş ve içerik sembolleri, şekildeki gibidir:

Şekil 1: RTÜK Akıllı İşaretler Sistemi.



Şekilde görüldüğü gibi üçü yaşa, üçü içeriğe ve bir tanesi de hem yaşa hem içeriğe dair olan sembollerden, 13+ sembolü taşıyan programlar, 21:30'dan sonra, 18+ sembolü taşıyan programlar saat 23:00'den sonra yayınlanmaktadır. Semboller programların tanıtımında da kullanılmalıdır ve haber bültenleri haricindeki programlarda sembol kullanımı zorunludur. Haber programlarında korumalı saat uygulaması gibi diğer korumacı önlemler dikkate alınmalıdır (RTÜK, 2014: 13).

Sinemada da “Değerlendirme ve Sınıflandırma İşaretleri” adıyla, akıllı işaretler sistemi bulunmaktadır. Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Yönetmelik hükümleri gereğince tüm sinema filmlerinin tanıtım ve gösterimlerinde Değerlendirme ve Sınıflandırma İşaretleri bulunmalıdır. Buna göre, sinemada kullanılan değerlendirme ve sınıflandırma işaretleri şekildeki gibidir:

Şekil 2: TC. Kültür ve Turizm Bakanlığı, Değerlendirme ve Sınıflandırma İşaretleri



Akıllı işaretler sistemi bir yandan çocukların yayın öncesinde kendilerine uygun programı veya sinema filmini seçmesine yardımcı olup çocukların zararlı içerikten korunmasını sağlarken diğer yandan onları nitelikli birer medya kullanıcısı haline getirmeye yardımcı olmaktadır. Aynı zamanda bu sistem ebeveynleri de bilgilendirmekte, çocukların medya karşısında savunmasız oldukları konusunda toplumu daha da bilinçlendirmektedir.

### **Medya Okuryazarlığı**

Medya okuryazarlığı, kitle iletişim araçları yoluyla verilen mesajlara erişme, verilen mesajları anlamlandırma ve değerlendirme becerisi kazanabilmektir. Medya okuryazarlığı projesi gerek kendi öneminden dolayı gerekse AB'ye uyum süreci bağlamında kaçınılmaz bir ihtiyaç haline gelerek ülkemizde de geliştirilmiş ve uygulamaya koyulmuştur. Gerek uzmanların gerekse eğitimcilerin, başta internet, hemen her kitle iletişim aracını bünyesinde barındırma niteliği taşıyan akıllı cep telefonları ve televizyon olmak üzere, 'kitle iletişim araçlarının çocuklar üzerinde olumsuz etkilere neden olabileceği hususunda' hem fikir olmasıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu medya okuryazarlığı konusunu gündemine almış, 2004 yılında gerçekleşen Şiddet Önleme Platformunda, RTÜK, ilköğretim okullarında medya okuryazarlığı derslerinin okutulmasını önermiştir. Bunun sonucunda RTÜK ve MEB Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı işbirliği ile "Orta Öğretim Kurumlarına Medya Okuryazarlığı Dersi Konulmasına Dair İşbirliği Protokolü" imzalanmıştır. İmzalanan bu protokol sonrası "Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programı ve Öğretmen Kılavuzu" hazırlanarak, 30 Ağustos 2006'da Medya Okuryazarlığı Dersi'nin ilköğretim 6, 7 ve 8. sınıflarda seçmeli olarak okutulması kabul edilmiştir (RTÜK Medya Okuryazarlığı, 2016).

Medya Okuryazarlığı Eğitiminin amaçları RTÜK tarafından aşağıdaki gibi belirlenmiştir:

- İhtiyaç duydukları bilgileri medya kanalıyla elde ederken doğru ve güvenilir bilgi edinmeleri konusunda çocukları bilinçlendirmek,
- Çocukların medyada yer alan içerikleri doğrudan kabul etmeyip o bilgilerin sorgulanabilir, eleştirilebilir olduğunu fark etmelerini sağlamak,
- Zengin medya içerikleri karşısında çocukların ihtiyaç ve isteklerinin birbirine karışabilme olasılığı konusunda çocuklarda farkındalık oluşturmak,
- Çocukların ruh ve beden sağlığını korumak amaçlı, kas ve iskelet sistemlerinde bozukluk, göz rahatsızlıkları, obezite ve internet bağımlılığı, algı bozukluğu, içe kapanma vb. gibi rahatsızlıklar, şiddet, erotizm, müstehcenlik ve pornografik içerik karşısında çocukların korunabilmesini sağlamak,
- Sosyal medya kullanıcıları olan çocukların, sosyal medya karşısında kaldıkları siber zorbalık, dolandırıcılık vb. gibi tehlikeler karşısında ne yapacaklarını, sosyal medyayı kullanırken ve paylaşımında bulunurken kendilerinin ve çevrelerinin güvenliklerini nasıl sağlayacaklarını ve sosyal medya kullanımı konusunda sahip oldukları hak ve sorumlulukları öğrenmelerini sağlamak,
- Medya'yı kullanırken kültürel değerlerini unutmamaları, bu değerleri gözeterek medya kullanımı gerçekleştirmeleri, evrensel etik değerleri göz ardı etmemeleri ve Türkçe ana dillerini doğru, anlaşılabilir ve dilbilgisi kurallarına uygun kullanmalarını sağlamak." (RTÜK Medya Okuryazarlığı, 2016).

"Medya okuryazarlığında amaç doğru okumak ve içerik üretme yeteneğini vermektir" (Avşar, 2014: 6). Medya okuryazarlığında hedef çocuklardır; fakat ebeveynlerin medya okuryazarlığı eğitimine sahip olmaları da göz ardı edilmemelidir. Çocukların eğitimi ailede başlamakta okullarda devam etmektedir. Dolayısıyla bu konuda da önce anne-babalar ve eğitimciler bilinçlendirilmelidir. Günümüz iletişim çağında medya okuryazarlığı eğitimi çocuk, ebeveyn ve eğitimcilerin yanı sıra STK'lara, medya mensuplarına, üniversite öğrencilerine kısacası toplumun tüm kesimine verilmelidir.

### **İyi Uykular Çocuklar (Haydi Çocuklar Uykuya) Projesi**

Uyku düzeninin insanların ruh ve beden sağlığı açısından ne denli önemli olduğu günümüze kadar sağlık ve ruh bilimcileri tarafından gerçekleştirilen araştırmalar sonucu kanıtlanmıştır.

Nitekim geleceğe yetiştirilen genç nesillerin de sağlıklı birer bireyler olmasının önemi büyüktür. Küçüklerin televizyon karşısında fazlaca vakit geçirmeleri, onların ruh ve beden sağlığını olumsuz etkilemekte, bu durum çocuklarda göz sağlığı bozulmasından, obeziteye, algı bozukluğuna, muhakeme ve yorum yapma yeteneklerinin azalmasına kadar çocuklarda birçok soruna yol açmaktadır. Küçük yaşlardan itibaren televizyon izleme saatleri sınırlandırılmayan çocuklar, ileride televizyon bağımlısı olmaya çok güçlü birer aday olmaktadır. Bu bağımlılık onların dil ve etkili iletişim becerilerini olumsuz etkileyebilmekte, çocuk ve gençlerin okulda, derste ve sosyal hayatlarında uyum ve uygun çalışma alışkanlıkları geliştirme konusunda ciddi sorunlar yaşamalarına neden olabilmektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ve Televizyon Yayıncıları Derneğinin (TVYD) işbirliğiyle hazırlanan bu proje, geç vakitlere kadar uzun süre televizyon başında olan çocuklara yatma vakitlerinin geldiğini hatırlatacak ve bu sayede onların beden ve zihnen sağlıklı bireyler olmalarını sağlayacak olan uyku düzenine girmelerine yardımcı olabilecek bir projedir (RTÜK İyi Uykular Çocuklar, 2017). Bu proje sadece çocuklar açısından değil ebeveynler açısından da faydalı bir projedir. Proje ile ebeveynlerin farkındalık ve duyarlılıklarını arttırarak, çocukların korunması hususunda ailenin etkinliklerinin arttırılması hedeflenmektedir.

İyi Uykular Çocuklar Projesi kapsamında akıllı işaretler sisteminin bir parçası olan bir logo geliştirilmiş, bu logo çocuk ve ebeveynlere "Tele" ismiyle tanıtılmış ve proje 7 Ekim 2010 tarihinde tüm ulusal kanallardan yayınlanarak uygulamaya geçirilmiştir. Akşam saat 21:30'dan itibaren çocukların uyku saatinin geldiğini hatırlatan çizgi animasyonlar, "İyi Uykular Çocuklar", "Haydi Çocuklar Uykuya" ve "Bugünlük Televizyon Yeter, Bütün Çocuklara İyi Geceler" mesajlarıyla akşam 21.30'da yayınlanmaktadır (RTÜK İyi Uykular Çocuklar, 2017).



**Şekil 3: "İyi Uykular Çocuklar Projesi" animasyonlarından biri.<sup>3</sup>**

İyi Uykular Çocuklar Projesi, müeyyide uygulamaktan ziyade hem basın-yayın kuruluşlarında hem de toplumda farkındalık ve duyarlılık yaratmak adına geliştirilmiş devlet ve toplumun bir arada çalışmasını sağlamıştır.

### **Sonuç**

Günümü dünyasında kaçınılmaz olarak kullandığımız kitle iletişim araçları, faydalı özellik ve işlevlerinin yanı sıra ciddi zararlara yol açabilecek etkilere de sahiptir. Yetişkinlerle aynı temel

<sup>3</sup> Şekillerde görülen yeşil alanlarda televizyon yayını devam etmekte, animasyon yayının alt kısmında bant şeklinde yayınlanmaktadır. Bant şeklinde yayınlanmasının amacı, yayın akışını bozmamaktır.

haklara sahip olan çocukların yetişkinlerden farklı olarak daha fazla ilgi ve özene, bakıma, eğitime ve korunmaya ihtiyaçları vardır. Çocuklar, erişkin çağa gelmedikleri ve zihinsel gelişimleri açısından verilen her şeyi süzgeçten geçirmeden aldıkları için medya karşısında saldırıya en açık ve en savunmasız varlıklardır. Bu durum çocukların kitle iletişim araçlarının zararlı ve olumsuz etkileri karşısında özenle korunulması gerektiği sonucunu doğurmaktadır.

Kitle iletişim araçları her yaştan, her gruptan, her cinsten ve birbirinden farklı kültürlerle sosyo-ekonomik durumlara sahip insanlara hitap etmektedir. Dolayısıyla bu araçlar kanalıyla üretilen içerikler de çeşitlilik ve zenginlik göstermektedir. Kitle iletişim araçlarının faydalı özellik ve işlevleri göz önünde bulundurulduğunda çocukları bu araçların olumsuz ve zararlı içeriklerine karşı tamamen kitle iletişim araçlarından uzaklaştırmak yerine onları nitelikli birer kitle iletişim aracı kullanıcıları haline getirmek gerekmektedir. Günümüz teknoloji, bilişim ve iletişim çağında artık sadece radyo, televizyon, sinema olmamakta bunun yanında tüm kitle iletişim araçlarını kapsayan, faydalı ve zararlı içerik açısından çok zengin olan internet de bulunmaktadır. Teknolojik gelişmeler sonucu akıllı cep telefonlarının da icat edilip yaygınlaşması ile artık çocuklar bebeklik çağından itibaren kitle iletişim araçları ile tanışmaktadır. Akıllı cep telefonlarından açılan videolarla yemek yemeyen çocuklara yemek yedirilmekte, uyumayan çocuğun uyuması sağlanmakta, fazla hareketli olan çocuklar bu yöntemle sakinleştirilmektedir. Kısacası kitle iletişim araçları, kanımızca, günümüz dünyasının modern, teknolojik ve dijital çocuk bakıcıları haline gelmiştir. Hız kesmeden yenilenen, değişen, gelişen ve iç içe olduğumuz medya karşısında, hukuki anlamda küçüklerin medyanın zararlarından korunmasına yönelik uluslararası ve ulusal yasal düzenlemeler yetersiz kalmaktadır. Bu yasal düzenlemeler devlet, sivil toplum örgütleri ve toplum tarafından gerçekleştirilecek çeşitli projelerle desteklenmelidir. Bu anlamda uygulamaya konulan medya okuryazarlığı dersleri önemli bir gelişmedir. Medya okuryazarlığı dersleri, kanaatimizce sadece 6, 7 ve 8. sınıflarda değil, ilköğretim çağının başlamasından itibaren 4+4+4 eğitim sisteminin tüm sınıflarına verilmeli, seçmeli ders yerine zorunlu ders olmalı ve medya okuryazarlığı dersleri alanında uzman olan, formasyon sertifikası almış iletişim fakültesi mezunları tarafından verilmelidir. Medya okuryazarlığı dersi sadece çocuklar için düşünülmemelidir. Eğitimin aileden başladığı düşüncesinden yola çıkarak bu dersler anne ve babalara da verilmeli, konuyla ilgili sosyal medya kampanyaları düzenlenmeli, kamu spotları hazırlanmalı, toplum bu konuda bilinçlendirilmelidir. Ülkemizin çeşitli yerlerinde kurulan “Anne Üniversiteleri” gibi herkesin faydalanabileceği eğitim alanları oluşturulmalı ve bu eğitim alanları ülke geneline yayılmalı, bu alanlarda yapılan eğitimlere medya okuryazarlığı dersleri eklenmelidir.

Küçüklerin kitle iletişim araçlarının olumsuz ve zararlı etkilerinden korunmaları konusunda devlet, ilgili kurum ve kuruluşlar dışında, medya içeriğinden yayıncıların, küçükleri korumadan da hem yayıncıların hem de ailenin sorumlu olduğunu söylemek mümkündür. Medya mensupları öz denetim konusunda hassas davranmalı, kullanılan basın özgürlüğü, basın ahlakı (etiği) ile aynı anda ilerlemeli, “çocuğun üstün yararı” gözetilmedi.

Ülkemizde Avrupa Birliğine uyum süreci bağlamında küçüklerin kitle iletişim araçlarından korunması hususunda gerek yasal düzenlemeler gerekse yasal düzenlemelerin dışında kalan birçok proje hayata geçirilmiştir. Bu projelerin, RTÜK ve benzeri ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından yapılan araştırmalarla, çocukların medyanın zararlı etkilerinden korunması konusunda büyük etkisi olduğu görülmektedir. Örneğin Akıllı İşaretler Sistemi hem çocukları bilgilendirmekte hem de aileleri bu konuda bilinçlendirmekte ve farkındalığın artmasını sağlamaktadır. Akıllı İşaretler Sisteminin, korumalı saatler dışında yapılan yayınlarda dahi kullanılması yasal bir zorunluluktur. Yasal düzenlemelerle beraber günümüz yayın hizmetleri incelendiğinde radyo yayınlarının zararlı

içeriklerine karşı küçüğün korunmasında bir takım eksiklikler görülmektedir. Küçüklerin kolayca erişebileceği radyo yayınlarında da akıllı işaretler sisteminin bir benzerinin sesli uyarılar yöntemi ile yapılması önerilmektedir. Ayrıca haber programlarında çocuklara zararlı içerik bulunduran haberlerin sesli uyarılarla bildirilmesinin yanında bu haberlerde ekranda akıllı işaretlerin kullanılması tavsiye edilmektedir.

İnternet, geniş kapsamlı bir kitle iletişim aracı olup her şeyi kayıt altına almakta ve bilgiler orada uzun bir süre veya sürekli olarak kalabilmektedir. Dolayısıyla bilgi çeşitliliğine imkan sağlarken bilgi karmaşasına da yol açabilmektedir. Üretilen içerikler yönünden çok zengin olan bu kitle iletişim aracının denetlenmesi ve kontrol edilmesi diğerlerine göre daha zordur. Türkiye dijitalleşme açısından önemli bir gelişme göstermektedir; fakat günümüzde güvenli bir internet ortamı bulunmamaktadır. İnternet ortamında yapılan yayınlarda çocukların zararlı içeriğe ulaşabilme ihtimallerinin çok yüksek olduğu görülmektedir. Söz konusu zararlı durumlarda çocuğun korunması filtreleme ve erişimin engellenmesi yoluyla sağlanmaktadır. Fakat AB'ye uyum sürecinde yapılan düzenlemelerde eksiklik görülmeyle beraber zararlı içeriklere karşı çocuğun korunmasında söz konusu denetim mekanizması yetersiz kalmakta, küçüklerin ruh ve beden sağlıklarını olumsuz etkileyebilecek bir çok içerik dolaşıma girmektedir. Eğitim, eğlence ve güvenliği içeren bir internet ortamı oluşturulması küçüklerin korunması açısından önemlidir. Bu durum karşısında alınan filtreleme ve erişimin engellenmesi yaptırımlarının yanında ailelerin de kendi kendilerine uygulayabileceği filtreleme sistemlerinin daha da geliştirilmesi ve kolaylaştırılması, medya okuryazarlığı dersleri kapsamında çocukların ve ailelerin 'internet okuryazarlığı' konusunda daha fazla bilinçlendirilmesi önerilmektedir. İnternetin zararlı içeriklerine karşı çocuğun korunmasının tamamıyla üstesinden gelmenin zor olacağını bilmekle beraber, bu kapsamda gerçekleştirilen yasal düzenlemelerin yanında ebeveyn ve çocukların internetin risklerine karşı korunması konusunda hazırlanacak projelerle beraber, zararlı içeriğin yarattığı risklerle baş edebilmenin mümkün olabileceğini söyleyebiliriz. Bu çerçevede internet ortamında çocukların hangi risklerle karşı karşıya olduğu ve bu risklerle nasıl başa çıkacakları, kendilerini ve çevrelerini nasıl koruyabilecekleri, internet kullanımında sadece bir tüketici değil, aynı zamanda üretici olabilmelerini konusunda bilinçlendirme çalışmaları yapılmalı, aynı çalışmalar aileler için de gerçekleştirilmelidir. İnternet yoluyla yapılan yayınlarda içerik sağlayıcı, paylaşımında bulunurken içeriğe çocukların da erişebileceğini her daim göz önünde bulundurarak, sosyal sorumluluk duygusu ile hareket etmelidir.

Kitle iletişim araçlarının kullanımının kanun ve yönetmeliklerle düzenlenmesi zorunludur. Çocuklar yetişkinlere göre daha özel ilgilenilmesi gereken bir değerdir. Çocukların dünyası, yetişkin dünyasından çok farklıdır. Çocukların korunmaları ve kitle iletişim araçlarından daha fazla yarar sağlamaları amacıyla medya alanında toplumun ve medya mensuplarının, kurum ve kuruluşlarının uyması gereken "çocuklara özel" kanun ve yönetmeliklerin ayrıca düzenlenmesi, etik ilkelerin çocuklara yönelik ayrıca belirlenmesi önerilmektedir. Ayrıca medya mensuplarının da konu ile ilgili belirli periyotlarla düzenlenen seminerler ile eğitime tabi tutulması zorunlu olmalıdır.

Çocukların medyanın zararlı içeriklerine karşı korunmasında uluslararası ve ulusal düzenlemeler önemli bir gelişmedir. Bu kapsamda gerek uluslararası alanda gerekse ülkemizde çocukların korunmasındaki problemler kanaatimizce daha çok uygulama alanında ortaya çıkmaktadır. Bu hususta Medyada Sosyal Sorumluluk Teorisi ve özdenetim ayrı bir önem arz etmektedir. Bu bağlamda içlerinde medya mensuplarının, akademisyenlerin, çocuk gelişim uzmanlarının ve sivil toplum örgütlerinin bulunduğu bağımsız bir izleme-araştırma mekanizmasının oluşturulması, konuyla ilgili aksaklıkların kontrol edilmesi, gerçekleştirilen düzenlemelerin ve projelerin

işlevselliğinin ve etkilerinin araştırılması, yapılan ihlallerin kamuoyuna ve gerekli kurum ve kuruluşlara bildirilmesinin önemle yerine getirilmesine ihtiyaç vardır.

Son olarak, gelişen ve değişen kitle iletişim teknolojisi karşısında Avrupa Birliği medya mevzuatının ve AB'ye uyum bağlamında ülkemiz medya mevzuatının sürekli olarak güncellenmesi gerektiğinin ve bu gerekliliğinin daima devam edeceğinin kaçınılmaz olduğunu söyleyebilmekteyiz.

## Kaynaklar

Avşar, Z. (2014). *Medya Okuryazarlığı*. İletişim ve Diplomasi Akademik Hakemli Dergi Çocuk ve Medya Özel Sayısı. 2. Bası. Ankara: Başbakanlık Basın Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü. 1(2). 5-17.

Avşar, Z. , Emre Kaya, E. (2013). *Medyanın İffeti*. 1. bası. Ankara: Altınpost Yayıncılık.

Aziz, A. (2006). *Televizyon ve Radyo Yayıncılığı (Giriş)*. Ankara: Turhan Kitapevi

Erdoğan, İ. , Alemdar, K. (2010). *Öteki Kuram: Kitle İletişim Kuram ve Araştırmalarının Tarihsel ve Eleştirel Bir Değerlendirmesi*. 3. Baskı. Ankara: Erk Yayınları

Fendoğlu, H. T. (2014). *Çocuk Hakları Hukuku*. Ankara: Yetkin Yayınları

İçel, K. (2013). *Kitle İletişim Hukuku, Basın, Radyo-Televizyon, Sinema-Video, İnternet*. Onuncu Bası. İstanbul: Beta Yayınları

Karayağız-Muslu, G., Bolışık, B. (2009). *Çocuk ve Gençlerde İnternet Kullanımı*. TAF Preventive Medicine Bulletin, 8(5), s.445-450

Pembecioğlu, N. (2006). *İletişim ve Çocuk.İletişim Ortamlarında Çocuk ve Reklam Etkileşimi*. İkinci Bası. Ankara: Ebabil Yayıncılık

Postman, N. (1995). *Televizyon: Öldüren Eğlence*. (Çev. O, Akınhay). İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Resmi Gazete (2002). 4771 Sayılı Çeşitli Kanunlarda Değişiklik Yapılmasına İlişkin Kanun. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2002/08/20020809.htm> Erişim Tarihi: 24.11.2017

Resmi Gazete (2003). Radyo ve Televizyon Yayınlarının Esas ve Usulleri Hakkında Yönetmelik. <http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2003/04/20030417.htm> Erişim Tarihi: 24.11.2017

Resmi Gazete (2011). 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun <http://www.resmigazete.gov.tr/main.aspx?home=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/03/20110303.htm&main=http://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2011/03/20110303.htm> Erişim Tarihi: 24.11.2017

RTÜK Medya Okuryazarlığı, (2016). Medya Okuryazarlığı Dersi. [https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu\\_goster.php?Guid=28EBFC17-C87B-451B-A78C-6C3CF5821D6B&MenuId=2](https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=28EBFC17-C87B-451B-A78C-6C3CF5821D6B&MenuId=2) Erişim Tarihi: 24.11.2017

RTÜK Medya Okuryazarlığı, (2016). Türkiye'de Medya Okuryazarlığı. [https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu\\_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2](https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2) Erişim Tarihi: 24.11.2017

RTÜK, (2006-2017). Akıllı İşaretler Nedir, <https://www.rtukisaretler.gov.tr/AlsaretlerPublic/content?id=1&mid=3> Erişim Tarihi: 09.11.2017



RTÜK, (2014). Radyo Ve Televizyon Yayıncılığı Sektör Raporu. <https://www.rtuk.gov.tr/rtuk-arastirmalari/3726/1992/radyo-ve-televizyon-yayinciligi-sektor-raporu.html> Erişim Tarihi: 24.11.2014

RTÜK, (2014). Yayın İlkeleri Rehberi. <https://www.rtuk.gov.tr/yayin-ilkeleri-rehberi/5167/3033/yayin-ilkeleri-rehberi.html> Erişim Tarihi: 24.11.2017

RTÜK. (2005). <http://docplayer.biz.tr/3747995-Tv-de-siddet-mustehcenlik-mahremiyet-ihlalleri-ve-izleyicilerin-ruh-sagligi-1.html>. Erişim Tarihi: 29.09.2017.

TÜİK, (2013), <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=15866>. Erişim Tarihi: 13.11.2017.

Tük Dil Kurumu (TDK). (2017). <http://www.tdk.gov.tr/> Erişim Tarihi: 08.11.2017.

Zafer, H. (1999). "Medya Özgürlüğü ve Adli Haberlerin Verilişi", Prof.Dr.Selâhattin Sulhi Tekinay'ın Hatrasına Armağan. İstanbul: Marmara Hukuk Fakültesi, (11), s.751-774