

Afet Dönemlerinde Toplumsal Dayanışmanın Bir Aracısı: Teleton Yayıncılığı

Hasan Cem ÇELİK*

Öz

6 Şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş'ta meydana gelen ve çevresindeki dokuz il ile birlikte Suriye'nin kuzey şehirlerini etkileyen iki büyük deprem sonucunda, on binlerce insan hayatını kaybetmiş ve milyarlarca dolarlık maddi hasar meydana gelmiştir. Depremden on gün sonra, normalleşme süreci kapsamında, depremden etkilenen insanlara aynı ve nakdî destek sağlamak amacıyla Türkiye'deki birçok ulusal kanalın ortak yayınıyla Türkiye Tek Yürek adında bir bağış gecesi düzenlenmiştir. Ne var ki ilerleyen günlerde sözü edilen yardım gecesi birçok eleştiriye maruz kalmış ve bu durum literatürde "teleton" olarak yer alan bu program türünü tartışılır kılmıştır. Mevcut literatür incelendiğinde, teleton yayıncılığı üzerine gerçekleştirilen çalışmaların son derece sınırlı olduğu görülmüştür. Bu bağlamda Türkiye'de teleton yayıncılığını ele alan sınırlı sayıda araştırılardan biri olan bu nitel çalışmada, teleton yayıncılığının tarihçesi, dünyada ve Türkiye'de gerçekleştirilen teleton örnekleri, genel olarak teleton yayıncılığına getirilen eleştiriler ve geçmişten günümüze teleton yayıncılığıyla ilgili yapılmış sınırlı sayıda temel ampirik çalışmalar derlenerek literatüre katkı sağlamak amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Deprem, Televizyon, Toplumsal Dayanışma, Bağış Kampanyası, Teleton Yayıncılık

*Dr., Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi İletişim Anabilim Dalı, cemcelik@akdeniz.edu.tr

Çelik, H. C. (2023). Afet Dönemlerinde Toplumsal Dayanışmanın Bir Aracısı: Teleton Yayıncılığı. TRT Akademi, 8 (18), 630-651. DOI: 10.37679/trta.1274578

Derleme Makale

Geliş Tarihi: 31.03.2023

Revizyon Tarihi: 22.05.2023

Kabul Tarihi: 25.05.2023

ORCID: 0000-0002-4157-7223

DOI: 10.37679/trta.1274578

An Intermediary of Social Solidarity and Public Social Responsibility in Times of Disaster: Telethon Broadcasting

Hasan Cem ÇELİK

Abstract

As a result of two major earthquakes that occurred in Kahramanmaraş on February 6, 2023 and affected the northern cities of Syria along with the nine provinces around it, tens of thousands of people lost their lives and billions of dollars of property damage occurred. Ten days after the earthquake, as part of the normalization process, a fundraiser called "Turkey One Heart" was organized with the joint broadcast of many national channels in Turkey to provide in-kind and cash support to the people affected by the earthquake. However, in the following days, the aforementioned charity night was subjected to a lot of criticism and this situation made this type of program, which is referred to as "telethon" in the literature, controversial. A review of the existing literature reveals that studies on telethon broadcasting are extremely limited. In this context, this qualitative study, which is one of the limited number of studies on telethon broadcasting in Turkey, aims to contribute to the literature by compiling the history of telethon broadcasting, examples of telethons in the world and in Turkey, criticisms of telethon broadcasting in general, and the limited number of basic empirical studies on telethon broadcasting from past to present

Keywords: Earthquake, Television, Social Solidarity, Fundraising Campaign, Telethon Broadcasting

Review Paper

Received: 31.03.2023

Revised: 22.05.2023

Accepted: 25.05.2023

1. Giriş

6 Şubat 2023 tarihinde Kahramanmaraş'ta 24 saat içerisinde meydana gelen 7.7 ve 7.6 büyüklüğündeki iki deprem, çevresinde bulunan dokuz ili ve Suriye'nin kuzey şehirlerini etkileyerek hem ülke hem de bölge adına tarihi bir felaket olarak kayıtlara geçti. 23 milyon insanı doğrudan etkileyen (Batey, 2023) ve 1939 Erzin-can depreminde bu yana yaşanan en şiddetli ve uzun yıllardır beklenen Marmara depreminin bir hatırlatıcısı olan bu depremler, Dünya Sağlık Örgütü Avrupa Direktörü Hans Kluge tarafından Avrupa'da yüzyılın en büyük doğal afeti olarak ilan edildi (TRT Haber, 2023a). BBC News Türkçede (2023) yer alan habere göre 20 Mart 2023 tarihi itibarıyla AFAD 50.096 insanın hayatını kaybettiğini; Türkiye Cumhuriyeti Hazine ve Maliye Bakanlığı ise kültürel mirasla birlikte 103.6 milyar dolar değerinde mal kaybının yaşandığını açıkladı.

Depremin hemen ardından yedi gün ulusal yas ilan edildi ve devlet ile sivil toplum kuruluşları, seferberlik ilan ederek ülkede topyekûn yardım çalışmalarına başladı. İlerleyen günlerde sanat, spor ve iş dünyasından önde gelen isimlerin katılımıyla, TRT 1 başta olmak üzere, sekiz ulusal kanalın (ATV, FOX, Kanal D, Kanal 7, Show TV, Star TV ve TV 8) ortak yayınladığı *Türkiye Tek Yürek* adlı bir yardım kampanyası düzenlendi. 15 Şubat 2023 tarihinde saat 20.00'de başlayan ve yedi saatten uzun süren yayın sonrasında 115 milyar Türk lirasından fazla bağış toplandı (TRT Haber, 2023b). Yardım gecesinin bu başarısından ilham alan diğer TV kanallarından Halk TV, sözü edilen yardım kampanyasının bir benzerini 22 Şubat'ta *Bir Kira Bir Yuva*, altı spor kanalı (A Spor, beIN Sports, D Smart Sports, Tivibu Spor, TRT Spor ve TV 8,5) ise 1 Mart'ta *Omuz Omuz* sloganlarıyla yayınladı ve bu programlar aracılığıyla da önemli miktarlarda aynı ve nakdî bağış toplandı.

Bununla birlikte mevcut literatürde *teleten* yayıncılık (Devereux, 1996; Feldman ve Feldman, 1985; Longmore, 2015; Smit, 2003) olarak adlandırılan bu yardım kampanyalarına, kamuoyunda birçok eleştiri de getirilmiştir. Dolayısıyla bu durum TV kanallarında yayınlanan yardım kampanyalarının doğasını sorgulanır kılmıştır. Bu bağlamda mevcut literatür incelendiğinde, teleten yayıncılığı üzerine gerçekleştirilen çalışmaların son derece sınırlı olduğu görülmüştür. Bununla birlikte Türkiye'deki literatür incelendiğinde ise bu konu üzerine herhangi bir çalışmanın gerçekleştirilmediği görülmüştür. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, TV yayıncılığının en eski ve popüler türlerinden biri olan teleten yayıncılığının tarihçesini, dünyadaki ve Türkiye'deki örneklerini, bu yayıncılık türüne getirilen eleştirileri ve teleten yayıncılığı konusunda gerçekleştirilen sınırlı sayıdaki ampirik çalışmalarını derleyerek mevcut literatüre kazandırmaktır.

1.1. Toplumsal Dayanışmanın Televizyon Programı Formatı: Teleton Yayıncılığı

Teleton terimi; Cambridge Dictionay'de (2023) "amacı hayır için para kazanmak olan, genellikle birkaç saat süren bir TV programı" olarak tanımlanmaktadır. Bu terim "televizyon" ve "maraton" kelimelerini birleştiren ve büyük TV etkinliklerinin, insanları daha fazla TV seti satın almaya teşvik edeceğine inanan NBC yöneticisi Sylvester Weaver'ın buluşudur (Willard, 2011). Bu bağlamda Paul Longmore (2005), teleton yayıncılığının İkinci Dünya Savaşı'ndan hemen sonra özel/gönüllü sağlık yardım kuruluşları tarafından, yeni ortaya çıkan kitle iletişim aracı TV'den yararlanmak için bir fon yaratma mekanizması olarak icat edildiğinin altını çizer.

Kısmen varyete şovu, kısmen afet gazeteciliği ve kısmen insani yardım toplama şeklinde, diğer bir ifadeyle melez bir biçimde kurgulanan teleton yayıncılığı (McAlister, 2012), belirgin bir şekilde Amerikan kültürünün icadıdır. 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren, eğlenceyi hayır işleriyle birleştiren bu uzun süreli programlar, zaman içerisinde benzersiz bir TV türü ve etkili bir kültür kurumu hâline gelmiştir (Longmore, 2005). Bu noktada Devereux (1996, s. 48) teleton yayıncılığını diğer TV programlarından ayıran temel özellikleri şu şekilde sıralar:

- Çağdaş TV'nin bağış toplama rolüne girişinin işaretidir.
- Normal TV programlarının askıya alınmasını içerir.
- Özellikle uzundur, genellikle bir maraton formatındadır.
- Eğlence ve spor dünyasından tanınmış şahsiyetlerin katılımını içerir.
- Mal, hizmet ve para bağışında bulunmaları için hem yerel hem de çok uluslu kurumsal sektöre güvenir.
- Hem bağış toplayan izleyiciler hem de aboneler açısından önemli miktarda izleyici katılımına sahiptir.
- Filme alınmış bölümlerin ve görüşmecilerin kullanımı yoluyla, yoksulların dünyasına dair daha büyük bir içgörü kazanma fırsatı (her hâlükârda teorik olarak) sunar.
- Statükoya meydan okuma girişiminde bulunmaz ve hayırsever çözümlerin, yoksulluk ve işsizlik gibi sosyal sorunlara yanıt olduğu fikrini savunur.
- "iyi amaçlar" için para toplayan bireylerin, grupların ve toplulukların (kahramanca ve bazen sıra dışı) faaliyetlerine büyük önem verir.

TV'de yayınlanan bu yardım etkinliklerinin başlıca ve genellikle tek amacı, acı çe-

kenlerin yaşam kalitesini iyileştirmek için ulusal ve yerel hayır kurumları veya kâr amacı gütmeyen kuruluşlar adına para toplamak (Londino, 1978), yani izleyicilerin bağış veya katılım eylemini gerçekleştirmektir (Baldó vd., 2012). Diğer bir ifade ile bir teleton, küresel bir kamuoyunun, ezici bir trajedi sırasında destekleyici şekilde yanıt vermesinin bir yolunu sağlamak ve bu şekilde şefkati, maddi rahatlamaya yönlendirmek için tasarlanmıştır. Bu mantık, zaman içerisinde Keith Tester'ın "sağduyulu insancılık" olarak adlandırdığı şeyin temeli hâline gelmiştir (McAlister, 2012).

Hayırseverlik bağışları şeklinde kamusal eylemliliği kışkırtan bir TV türü olan teletonlarda (Chouliarakı, 2006, s. 205), izleyicilerin sözü edilen kişisel duygularını ve davranışlarını harekete geçirmek için ise genellikle mağdur olanın ıstırapı, röportajlar ve doğrudan görüşmeler yoluyla temsil edilir (Baldó vd., 2012). Yayın sırasında iyi amaçlar için para toplayan bireylerin, grupların ve toplulukların faaliyetlerine sıklıkla vurgu yapılır (Devereux, 1996, s. 48). Dolayısıyla yukarıda sözü edilen tüm bu özellikler aynı zamanda, teletona izleyici katılımının sağlanması için ön koşuldur. Özellikle ekonomik olarak üst sınıf vatandaşlar ile sıradan vatandaşların telefonlara seri şekilde ve aynı amaçla bağlanması, statü farkını silikleştirir. Böylelikle katılım duygusu tüm izleyicilere sirayet eder.

McAlister (2012, s. 34) teletonların milliyetçi ve dini duyguları tetikleyici yönlerinin gözden kaçırılmaması gerektiğinin altını çizer. Bu anlamda gösteri dünyasının en ünlü isimlerinin yüksek meblağlı bağışlarla katıldıkları yayınlara sıradan vatandaşların da katılımı, toplumda yer alan bireylerin ahlaki konumlarını ve kamusal erdemlerini sergiledikleri milliyetçi ritüellere dönüşür. Böylece teleton izleyicileri, acıyı hafifletmek için maddi katkıda bulunarak ahlaki yanıt verme yükümlülüklerini yerine getirebilir. Longmore (1997, ss. 135-136), McAlister'ın bu yaklaşımını bir adım ileriye götürerek, teletonların özü itibarıyla Amerikan sivil dininin bir ayını olduğunu iddia eder. Ona göre gösterişçi tüketimin törenselleşmesi karşılıklı imajı olan teleton bağışı, Amerikalıların hâlâ ahlaki bir topluluğa ait olduklarını, materyalizme yenik düşmediklerini ve komşularına karşı yükümlülüklerini yerine getiren vericiler olduklarını kendilerine göstermelerini sağlamak için tasarlanmış toplu bir ayındır. Bu bağlamda acı çeken kurbanları, yardım kuruluşlarını ve bireysel olarak Amerikalı bağışçıları birbirine bağlayan arabulucular/rahipler ise esas itibarıyla birer varyantıdır.

Bununla birlikte önemli bir halkla ilişkiler ve toplumsal dayanışma işlevi gören teletonlar, erken dönemlerden itibaren kamuoyu ve akademik çevreler tarafından çeşitli eleştirilere maruz kalmıştır. Bu noktada Turner (2017, ss. 935-936) teleton-

ların, Amerikan sağlık ve refah sistemlerindeki eşitsizliklerin bir ürünü olduğunun altını çizer. Ona göre teletonlar, Batı Avrupa ve Kanada'nın devlet destekli sağlık sistemlerinin aksine, özel hayırseverlik ve gönüllü yardım ideolojisini, refahın "Amerikan tarzı" olarak teşvik etmiş ve ihtiyacın kamu yatırımından ziyade özel cömertlik yoluyla en iyi şekilde ele alınan bir sorun olarak bireyselleştirilmesine neden olmuştur.

Bu bağlamda McAlister (2012), yardım için yapılan bağışlar karşılığında eğlencenin sunulduğu ve doğal karşılanan bu formülün, mevcut neoliberal ekonomik mantığın bir ürünü olduğunu savunur. Neoliberalizmin şekillendirdiği bu kültürel arenada bireyler, duygusal çağrılar kullanılarak özelleştirilmiş insani yardım yoluyla acılarını dindirmeye davet edilir. Hedeflenen dinleyiciler potansiyel bağışçılar olduğu için ise en çok satan sanatçılar tarafından söylenen en popüler ana akım müzikler öne çıkarılır. Ne var ki bu durum, acısının nesneleştirilmesidir. Diğer bir ifade ile coğrafi ya da psikolojik olarak uzaktaki hasta (ya da daha genel bir ifadeyle mağdur), izleyicinin hem ilgisini hem de katılımını yakalamak için bir metaya dönüştürülür (Smit 2003). Bunun sonucunda ise izleyiciler, eğlenceyle birlikte merhamet veya acıma duygularıyla ilgili genel şefkat alanına vurgu yapan teletonlara olumlu tepki verir (Devereux, 1996, s. 64).

İzleyici ile felaket olayından kurtulan, kurban ile sahnedeki yıldız ve acı çeken ile yine felaket olayından kurtulan arasında keskin bir ayırım sunma eğiliminde olan teletonların (McAlister, 2012), acıların ahlaki nedenini yalnızca TV eğlencesine değil, aynı zamanda banka çekine de tabi kıldığı gerekçesiyle sert bir şekilde eleştirildiğini ifade eden Chouliaraki (2006, s. 205) ise sözlerine "*yardım çağrısı, ekranda ünlülerin geçit töreni şeklini alırsa ya da bir hayırseverlik telefon hattına indirgenirse acılara katılmanın otantik duygusundan geriye ne kalır?*" diyerek devam eder.

Turner (2017, s. 936) ise her hâlükârda teletonların seçisi olduğunun altını çizer. Zira bazı mağdurlar daha görünür kılınır. Bu bağlamda aktivistler, 1970'lerden itibaren, teletonlara ve engelliliğin olumsuz tasvirlerine karşı kampanyalar yürütmeye başlamıştır (Kassel, 2023). Longmore (2005), bu kampanyaların nedenini engelli bireyler için düzenlenen teletonlar üzerinden açıklar. Ona göre teletonların engelli bireyleri yoksulluk, acıma ve yardıma muhtaç olma çerçevesinde bir yaklaşım ile tasvir etmesi, engellilerin toplumsal hayatta aktif bir şekilde yer almalarını engellemektedir. Zira bu yaklaşım, engellileri pasif, mağdur ve bağımlı olarak görürken, gerçek hayatta engellilerin sahip oldukları farklı yetenekleri, deneyimleri ve hayalleri görmezden gelmektedir.

Bu bağlamda Garland-Thomson (2001), engellilik ve bakış arasındaki ilişkiyi analiz etmek amacıyla “bağımlılık ve bağımsızlık paradoksu” olarak adlandırdığı bir paradoks ileriye sürer. Garland-Thomson'a göre, engelli bireyin bakım görme ihtiyacı, engelli olmanın evrensel sosyal deneyimidir. Engelliye bakmanın ege-men biçimi ise “dik dik” bakmaktır. Garland-Thomson, dik dik bakmanın engelli bedenleri hem görünür hem de görünmez kıldığını savunur. Bu paradoksa göre, dik dik bakmak, engelli bedenleri farklılaştırır ve merak uyandırır, ancak aynı zamanda onları nesneleştirir ve kişiliklerini siler. İşte teletonlar bu paradoksun bir ürünüdür. Zira teletonlar, engelli insanları acınacak ve yardıma muhtaç biçimde göstererek, onların kültürel temsilini şekillendirir; onların topluma katılımını ve haklarını görmezden gelerek onları marjinalleştirir.

Buna karşılık teletonlara ne zaman bir eleştiri getirilse, bu eleştirileri gerçekleştiren kampanyacılar nankör veya küskün olarak etiketlenmiştir. Yine de eleştirilerin artması neticesinde, özellikle de 1990'da Engelli Amerikalılar Yasası'nın kabul edilmesinden sonra, teletonlar engelli insanları daha gerçekçi bir şekilde tasvir etmeye başlamıştır. Ne var ki engellileri temsil eden çeşitli gruplar, tedavilere vurgu yapan teletonların, engelli insanları hâlâ çaresiz ve acınası resmettiklerini belirterek eleştirmeye devam etmiştir. Ancak kas distrofisine bir çare bulmak için ateşli bir kampanya yürüten Lewis, bu tür şikâyetleri reddederek geleneksel yaklaşımını sürdürmüş ve Eylül 1995 itibarıyla, MDA teletonu kas distrofisi için 1,4 milyar doların üzerinde para toplamıştır (Kassel, 2023).

Teletonlar izleyicileri bağış yapmaya teşvik etmenin yanı sıra, sponsorluk anlaşmaları yoluyla “muhtaçlara” olduğu kadar, ticaretin amaçlarına da hizmet eden kurumsal bir hayırseverlik modelini teşvik etmiştir. Bu durumla ilişkili olarak medya eleştirmenleri, genellikle çoğu teleton yayınının prodüksiyon kalitesini ve taahhüt edilen para miktarına kıyasla nispeten yüksek prodüksiyon maliyetlerini sorgulamıştır. Yine de eleştirilere rağmen hayırsever kuruluşlar fon toplamak için TV'yi kullanmaya devam etmiştir (Londino, 1978, s. 66).

Bununla birlikte, hayırsever amaçlarla ilgilenmeyen kuruluşlar da fon toplamak için teleton fikrini kullanmaya başlamıştır. Zaman içerisinde bir dizi siyasi teleton, TV'nin, normalde ilginç olmayan bir amaca ilgi uyandırma potansiyelini göstermiştir. Mali destek oluşturmak için her zaman bir araç olarak yayıncılığa güvenen dini yayıncılar da fon toplamak için teletonu kullanmaya başlamıştır (Londino, 1978, s. 66). Tüm bu eleştirilere rağmen farkındalık yaratan, insanların dayanışma duygusunu artıran, sosyal değişim için bir platform sağlayan ve birçok hayır kuru-

munun hayatta kalmasına ve hizmet vermesine yardımcı olan teletonlar, dünya genelinde toplumsal sorunlara dikkat çekmek amacıyla etkili bir şekilde kullanılmaya devam etmektedir.

1.2. Dünyada Teleton Yayıncılığı Örnekleri

Erken dönem teletonlar, yerel olarak düzenleniyor ve esas olarak tek bir istasyondan yayınlanıyordu. Bu anlamda ilk teleton 9 Nisan 1949 tarihinde NBC tarafından yayınlanmıştır. Amerikalı komedyen ve oyuncu Milton Berle'ün sunuculuğunda, öğlen saatlerinden sabah 4.00'e kadar süren 16 saatlik etkinlik sonunda, Damon Runyan Memorial Cancer Fund adına 1.100.000 \$ toplanmıştır. Berle'ün bu öncü çabası, sonraki yıllardaki teletonların formatını belirlemiştir: ön planda büyük bir yıldız, bağışları toplamak için bir telefon operatörü ve bağışlar için ateşli yakarışlar arasında görünen sahne, film ve TV kişilikleri (Londino, 1978).

Komedyen, aktör, şarkıcı ve film yapımcısı Jerry Lewis, ilk teleton yayınında Berle ile birlikte görünen kişiliklerden biriydi (Kassel, 2023) ve çok kısa süre içerisinde teletonun kralı olarak anılmaya başlandı (Romero, 2009). Lewis'in öncülüğünde gerçekleştirilen teletonun İşçi Bayramı serisi, teleton tarihinde daha önce eş benzeri görülmemiş bir teleton zincirini başlatmıştır (Kassel, 2023). Bu anlamda Muscular Dystrophy Association (MDA) (Kas Distrofisi Derneği) için para toplamak amacıyla Amerika Birleşik Devletleri'nde İşçi Bayramı'nda Lewis'in sunuculuğunda gerçekleştirilen *The Jerry Lewis MDA Labor Day* teletonu, 1966'dan 2009'a kadar 49 yıl boyunca aralıksız olarak düzenlenmiş ve MDA için yaklaşık 2 milyar dolar bağış toplanmıştır (MDA, 2023). Etkinlik aracılığıyla ayrıca engellilik konusunda kamu bilinci yükseltilmiş, değerli ekipman ve araştırmalar finanse edilmiştir (Turner, 2017).

Lewis'in etkili sunumuyla milyonlara ulaşılması, dolayısıyla da önemli miktarlarda bağış toplanabilmesinin ardından, teleton yayıncılığı tüm dünyada hızla yayılmaya başlamıştır. Bununla birlikte teletonların sosyal sorumluluk bilincini etkili bir şekilde harekete geçirme potansiyelinin keşfi, bu tür etkinliklerin yalnızca sağlık sorunları için değil aynı zamanda eğitim, çevre sorunları ve doğal afetler gibi pek çok farklı toplumsal konuda da düzenlenmesi ile sonuçlanmıştır. Böylelikle özellikle 1980'lerden itibaren dünya genelinde gerçekleştirilen teletonların sayısı hızla artmıştır.

Bu anlamda 1985'te Boomtown Rats adlı İrlandalı rock grubunun solisti Bob Geldof'un önderliğinde, yoksullukla mücadele kapsamında Afrika'nın içinde bulun-

duğu kıtlık durumuna farkındalığı artırmak için gerçekleştirilen *Live Aid* küresel anlamda gerçekleştirilen en önemli etkinliklerden biridir. 110 ülkede 1 milyardan fazla izleyiciye ulaşan yayın sonrasında, Afrika'nın kıtlıktan kurtulması için telefon ile 127 milyon dolar bağış toplanmıştır (www.history.com, 2023). Her ne kadar hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerdeki mevcut siyasi yapılar, Afrika'nın aç ve yoksullarını hayal kırıklığına uğratsa da bu etkinlik hayırseverliğin bu tür sorunlara bir çözüm sunmasını ortaya koyması ve ister TV ister radyo isterse de gazete aracılığıyla olsun, iletişim endüstrisinin, fon yaratma yoluyla güçsüzlüğü ve eşitsizliği hafifletme girişiminde bir rol oynamakta olduğunu göstermesi bağlamında önemlidir (Devereux, 1996).

People in Need ise İrlanda'da düzenlenen ve dünyanın en uzun süren teleton yayınlarından biridir. 1989'dan 2008 dünya ekonomik krizi öncesi 2007'ye kadar 9 kez gerçekleştirilen bu teleton sayesinde, İrlanda'da yaşayan ihtiyaç sahibi insanlar için 35 milyon Euro para yardımı toplanmış ve toplanan bu paralar İrlanda'da ihtiyacı olan insanlar için kullanılmıştır (Thomas, 2020). En uzun süre devam eden teleton ise 1968'de hayırsever Sir James Cruthers ve Brian Treasure tarafından kurulan ve Batı Avustralya'nın Perth kentinde bir TV kanalı olan TVW 7 tarafından yayınlanan *Channel Seven Perth Teleton*'dur. Batı Avustralya'daki çocukların sağlığını ve esenliğini iyileştirme misyonundan hareketle 1968'den günümüze devam eden *Channel Seven Perth Teleton* en uzun süre devam eden teleton olmasının yanı sıra, aynı zamanda dünyada kişi başına en fazla bağış yapılan teleton konumundadır (Teleton7, 2023).

Teletonlar zaman içerisinde ülkelerin yaşamış oldukları büyük terör olayları ve doğal afetler sonrasında da gerçekleştirilmiştir. Söz gelimi 11 Eylül 2001 tarihinde Amerika'nın New York ve Washington eyaletlerine düzenlenen terör saldırılarından zarar gören kurban ve ailelerine bağış toplamak amacıyla, George Clooney'nin öncülüğünde *America: A Tribute to Heroes* sloganıyla bir teleton gerçekleştirilmiştir. 21 Eylül 2001 tarihinde, 35 yayın ve kablolu ağda aynı anda kesintisiz ve reklamsız yayınlanarak 60 milyona yakın insan tarafından izlenen program sonrasında, 150 milyon dolardan fazla para toplanmıştır (Bauder, 2001).

2005 senesinin 23 Ağustos'unda başlayıp 27 Ağustos'a kadar devam eden ve Amerika Birleşik Devletleri tarihinin en yıkıcı ve en ölümcül kasırgalarından biri olan Katrina Kasırgası sonrası (TRT Haber, 2017) 2 Eylül 2005'te düzenlenen *A Concert for Hurricane Relief* teletonu ise NBC, MSNBC, CNBC'de eş zamanlı olarak yayınlanan bir konserdir. 8.5 milyon kişi tarafından izlenen ve 1 saat süren konser

sonunda 40 milyon dolar yardım toplanmıştır (Billboard, 2023). Yine yakın tarihte 2017'nin Ağustos ve Eylül aylarında meydana gelen Harvey ve Irma Kasırgaları sonrası 12 Eylül'de düzenlenen *Hand in Hand* Amerikalı birçok starın katılımıyla gerçekleşmiş ve gecenin sonunda 44 milyon dolar bağış toplanmıştır (Messer ve Stingler, 2017).

Deprem gibi doğal afetlerden etkilenen mağdurlara yardım amacıyla düzenlenen teletonlar, bu program türünün ne kadar etkili olabileceği konusundaki en önemli örnekleri teşkil etmektedir. Bu anlamda doğal afet sonrası düzenlenen teletonların en önemlilerinden biri, 10 Ocak 2010'de Haitinin başkenti Port-au-Prince'e 25 km uzaklıkta 7.0 şiddetinde yaşanan deprem sonrasında gerçekleştirilmiştir. Depremi hemen ardından Wyclef Jean, George Clooney ve MTV yöneticileri, Haiti'de yaşanan depremin yaralarını sarmak adına *Hope for Haiti Now* sloganıyla bir teleton tasarlamıştır. Teleton medya dünyasını etkili bir şekilde ele geçirmiş ve ABC, NBC, CNN ve Fox gibi birçok büyük ağ ve kablolu kanalda reklamsız olarak yayınlanmıştır. Dahası bu, Çin'de yayınlanan ABD merkezli ilk teleton olmuştur. İzleyicilerin kamusal alanındaki sıradan vatandaşlara yardım etmesine olanak sağlayan ve izleyicilere, yaşanan bu feci olaydan sağ kurtulanlarla aralarındaki keskin ayrımı göstermek için tasarlan teleton, 22 Ocak 2010'da yayınlanmış ve depremden sağ kurtulan ancak çok büyük acılar çeken hayatta kalanların hikayeleri ile duygusal olarak çağrıştırmacı müzikler icra eden ünlülerin estetize edilmiş gösterisine dönüşmüştür. 640 milyon haneye ulaşarak tarihin o zamana kadarki en çok izlenen teletonu olan bu etkinliğin ilk gününün sonunda, büyük ölçekli teknolojiler aracılığıyla (metin mesajlı bağışlar, Mp3 müzik indirmek vb.) 58 milyon dolar toplanmıştır (McAlister, 2012, s. 23).

1.3. Türkiye'de Teleton Yayıncılığı

Türkiye'deki teleton yayıncılığının ilk örnekleri 1990'lı yıllardan itibaren çevresel sorunlara karşı farkındalığı artırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Küresel ölçekte çölleşmenin durumunu ortaya koyarak, ülkeleri ve küresel fonları harekete geçirmek amacıyla, 14-15 Ekim 1994 tarihinde Birleşmiş Milletler Çölleşme ile Mücadele Sözleşmesi imzalanmıştır (UNCDD, 2023). Bu bağlamda Türkiye Erozyonla Mücadele, Ağaçlandırma ve Doğal Varlıkları Koruma Vakfı (TEMA) Türkiye'deki ilk teleton etkinliğini, bu konuda kaynak geliştirme ve toplumsal farkındalık yaratmak amacıyla, 18 Eylül 1994 tarihinde *Çölleşmeye Karşı Mücadeleye Çağrı* gecesi adıyla Harbiye Açık hava Tiyatrosu'nda Sezen Aksu'nun verdiği konserle gerçekleştirmiştir. Başbakan'ın Ulusa Sesleniş programı dışında, TRT ve özel kanallar,

ilk kez ortak bir canlı yayın gerçekleştirerek teletonun daha fazla sayıda kişiye ulaşmasını sağlamıştır (TÜSEV, 2023). Benzer şekilde Vakfın 22 Eylül 1996 tarihinde düzenlediği teleton, 10 TV kanalının ortak yayınıyla gerçekleşmiştir. TÜSEV (2023), son olarak 2016 ve 2018 yıllarında *Umut Yeşerten Şarkılar* isimli teleton programlarını düzenlemiştir.

Doğal afetler nedeniyle gerçekleştirilen ilk teleton yayını ise 17 Ağustos 1999 günü Kocaeli/Gölcük merkezli, 7.4 büyüklüğünde gerçekleşen ve 2010 yılında yayımlanan Meclis Araştırması Raporu'na göre 18.373 kişinin hayatını kaybetmesine neden olan Marmara depremi (TJMO, 2023) sonrasında gerçekleştirilmiştir. Yaşanan bu büyük deprem sonrasında TRT Ankara Televizyonu Haber Merkezinde kurulan Kampanya Koordinatörlüğünün kontrolünde, 20 gün boyunca aynı haber merkezinde yapılan kesintisiz kampanya-bağış yayınlarıyla, dünyadan ve Türkiye'den bağışlar toplanmıştır (Sayar, 2010). Depremin ardından bir başka teleton ise Türkiye Eğitim Gönüllüleri Vakfının (TEGV) öncülüğünde gerçekleştirilmiştir. *Hayat Mahalleleri* projesi kapsamında Aralık 1999'da NTV'de gerçekleştiren ve 13 saat süren yayın sonrasında toplanan bağışlar sayesinde, Marmara Bölgesi'nde depremden etkilenen ailelere tahsis edilmek üzere, içinde öğrenim birimlerinin de olduğu, altı hayat mahallesi kurulmuştur (TÜSEV, 2023). TEGV (2023) ayrıca 2001'de NTV'de yayınlanan ve kesintisiz 23 saat süren *Bir Milyon Çocuk*, 2017'de ise *Eğitime Ses Ver Özel Gecesi* teletonlarını düzenleyerek çocukların eğitim giderlerini karşılama konusunda fon sağlamıştır.

Türkiye'de doğal afetler sonrası gerçekleştirilen teletonlar, katılımın ve toplanan bağışların en üst düzeye ulaştıkları örnekleri temsil etmeye devam etmiştir. Söz gelimi 9 Kasım 2011'de gerçekleşen ve 644 kişinin hayatını kaybetmesiyle sonuçlanan Van depremi sonrasında, birçok TV'nin ortak olarak yayınladığı ve 3.5 saat süren *Van İçin Tek Yürek* teletonu ile gecenin sonunda 62 milyon TL bağış toplanmıştır (CNN Türk, 2011). Yine benzer şekilde 24 Ocak 2020 tarihinde Elazığ'da 6.8 şiddetinde gerçekleşen ve 44 kişinin ölümü ile sonuçlanan deprem sonrası yalnızca TV8'de düzenlenen ve yaklaşık 4 saat devam eden *Tek Yürek* teletonu sayesinde reklam gelirleri ile birlikte 73 milyon TL bağış toplanmıştır (Akşam, 2020).

6 Şubat 2023 tarihinde gerçekleşen ve Türkiye tarihinin bu zamana kadar görmüş olduğu en büyük felaketlerden bir tanesi olarak kayıtlara geçen Kahramanmaraş depremlerinin yıkıcı etkilerini hafifletmek adına düzenlenen *Türkiye Tek Yürek* teletonu, 15 Şubat saat 20.00'de başlayarak 16 Şubat saat 03.00'e kadar, yaklaşık yedi saat devam etmiştir. Tüm gece reklamsız olarak yayınlanan programda sanat,

iş, eğlence ve spor dünyasının önde gelen isimlerden kimileri sunuculuk yaparken kimileri de telefon ile vatandaşlardan gelen bağışları toplamıştır. McAlister (2012) teletonların, destek talebinde bulunmak ve hızlı bir şekilde katkı toplamak için mükemmel bir araç olduğunu ve büyük ve küçük bağışçıların, yardım etme sorumluluklarını aynı anda yerine getirebildiklerinin altını çizer. Nitekim büyük ve küçük bağışçıların ortak olarak hareket ettikleri gecesinin sonunda, 115 milyar TL nakdî ve 450 milyona TL değerinde SMS yardımı toplandığı açıklanmıştır (TRT Haber, 2023b).

Depremin ilerleyen günlerinde bir diğer teleton ise Halk TV tarafından *Bir Kira Bir Yuva* sloganıyla yayınlanmıştır. 22 Şubat 2023 tarihinde yayınlanan ve yaklaşık 6 saat süren teleton sonunda, 28.466 depremzede ailenin bir yıllık kirasını karşılayacak bağış toplanmıştır (Halk TV, 2023). 1 Mart 2023 tarihinde gerçekleştirilen ve altı spor kanallarında ortak olarak yayınlanan *Omuz Omuz* kampanyası ise yaklaşık beş buçuk saat sürmüştür. Günümüz ve eski futbolcu, teknik direktör ve kulüp yöneticilerinin canlı yayın telefonları ile bağış topladığı teletonun ilk gün sonunda, 845 milyon TL bağış toplanmıştır (CNN Türk, 2023a).

Deprem sonrasında bazı yabancı ülkeler de düzenlemiş oldukları teleton yayınları ile Türkiye'ye maddi yardımda bulunmuştur. Birleşik Arap Emirlikleri'nde yayınlanan *Sharjah* teletonu aracılığıyla deprem bölgelerine acil yardım sağlamak ve konut, sağlık hizmetleri ve eğitim dahil olmak üzere sürdürülebilir kalkınma projelerini desteklemek amacıyla, 3 saat içerisinde 15 milyon dirhemden fazla yardım toplanmıştır (UAE, 2023). Benzer şekilde şarkıcı Karsu Dönmez öncülüğünde Hollanda'da düzenlenen Ulusal Eylem Günü teletonu ile yaklaşık 89 milyon Euro bağış toplanmıştır (TRT Haber, 2023c).

2. Teleton Yayıncılığı Üzerine Gerçekleştirilen Ampirik Çalışmalar

Teleton yayıncılığı her ne kadar TV programcılığının en eski türlerinden bir tanesi olsa da akademik alanda, özellikle de hayırseverlik araştırmacıları tarafından ihmal edilmiş bir konudur. Bunun nedeni muhtemelen, araştırmacıların, bir teletonun işleyişine dahil olma fırsatına nadiren sahip olmalarıdır. Bu anlamda Silverman ve arkadaşları (1984), teletonların birçok kuruluşun fon yaratma çabalarının ayrılmaz bir parçası olduğu düşünüldüğünde, teletonlara yapılan bağışlarla ilgili bilgi eksikliğinin talihsiz bir durum olduğunu ifade eder. Bu bağlamda teleton yayıncılığı üzerine gerçekleştirilen ilk çalışmalardan biri, Silverman ve arkadaşları (1984) tarafından gerçekleştirilmiştir. Mississippi'de 1980 yılında düzenlenen ve 20 saat süren *Cerebral Palsy Teleton* sırasında insanların en çok bağış yaptıkları

zaman dilimini sorgulayan araştırmacılar, programın Hollywood ünlüleriyle gerçekleştirilen röportajlar, Mississippi'deki yerel ünlülerin daha çok gözüküğü ve eğlencenin ağırlıklı kazandığı dakikalar ile bağışta bulunan kişilerin isimlerinin ve bağış miktarının açıklandığı anlardan oluşan üç bölümden oluştuğunu ve teleton yayını boyunca hayırseverlerin en çok, bağışta bulunan kişilerin isimlerinin ve bağış miktarlarının açıklandığı dönemde bağış yaptıklarını bulgulamıştır.

Perry (1985), Yeni Zelanda'da yayınlanan *The Big Five* teletonunun kültürel eleştirisini gerçekleştirdiğı çalışmasında, teletonun Yeni Zelanda toplumunun değerleri, kimliği ve sorunları hakkında nasıl bir söylem ürettiğini ve bu söylemin eleştirel bir bakış açısıyla nasıl sorgulanabileceğini tartışmıştır. Perry'ye göre teleton, Yeni Zelanda'nın kültürel kimliğinin nasıl oluştuğunu, hangi değerleri yansıttığını ve hangi çelişkileri barındırdığını göstermesi bakımından eşsiz bir örnektir. Yeni Zelanda kültürünün popüler ve ticari bir yansıması olan bu teleton, toplumsal eşsizlikleri, çatışmaları ve sorunları görmezden gelerek veya basitleştiren Yeni Zelanda'nın homojen ve uyumlu bir toplum olduğu yanılısaması yaratmaktadır. Teleton ayrıca, bağışçıların cömertliğini ve dayanışmasını vurgulayarak bireysel hayırseverliği teşvik etmekte, dolayısıyla da devletin sosyal sorumluluğunu azaltmaktadır.

Baldó ve arkadaşları (2012), 1992'den beri düzenli olarak yayınlanan ve önemi sağlık sorunları yaşayan insanlar için bağış toplayan *La Marató de TV3* teletonunun başarı faktörlerini izleyici perspektifinden ele aldıkları çalışmalarında, bir teletonun hangi gerekçelerle izleyicileri bağış yapmaya motive ettiğine ve olası cinsiyet farklılıklarının ve grafik görüntülerin, bir teletona katılma motivasyonu ve isteği üzerindeki etkisine odaklanmıştır. Araştırmadan elde edilen sonuçlar, izleyicileri teletonda bağış yapmaya teşvik eden ağırlıklı duyguların *şefkat ve acıma* olduğunu ortaya koymuştur. Dolayısıyla duygusal katılım, acı üzerine harekete geçme isteğini arttırmada önemli bir faktör olarak kabul edilebilir. Çalışma ayrıca kadınların erkeklerden daha duygusal hareket ettiklerini göstermiştir. Elde edilen bir diğer önemli bulgu ise Katalanların teletona katılması veya bağış yapmasına aracılık eden bir diğer motivasyonun, teleton tarafından dile getirilen *topluluk duygusu* olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca katılımcılara izletilen bir kaza videosu sonrasında ankete katılan, ancak bağış yapmayan kişilerin, bağış yapma konusunda daha istekli oldukları bulgulanmıştır. Bu durum ise bağış yapma motivasyonunu etkileyen *empati* duygusuna karşılık gelmektedir.

Davis (1983) ise empatik eğilimlerin *Yıllık Kas Distrofisi* teletonunu izleme ve teletona katkıda bulunma üzerindeki etkilerini araştırdığı çalışmasında, empatik yatkınlığı değerlendirmek için çok boyutlu bir empati ölçümü (Kişilerarası Tep-

kisellik Endeksi) kullanılmıştır. Araştırmada yer alan katılımcılar, geçmişte teletonu izleme ve teletona katkıda bulunma durumlarına ilişkin soruları yanıtlamıştır. Tahmin edildiği gibi, empatinin yalnızca bir yönü (başkalarına sempati duyma ve ilgi gösterme eğilimi) teletonu daha fazla izleme ve teletona katkıda bulunma ile ilişkilendirilmiştir. Bununla birlikte empatinin rol üstlenme, hayal kurma yeteneği ve kişisel sıkıntı hissi gibi diğer yönlerinin ne izleme ne de katkıda bulunma ile ilişkili olmadığı bulgulanmıştır.

Driessens ve arkadaşları (2012) ise teletonları, teletona katılan ünlüler bağlamında ele almıştır. Araştırmacılar 2010'da gerçekleşen Haiti depremi sonrası, Flaman ve Hollanda TV'lerinde yayınlanan iki teletonda yer alan ünlülerin, teleton yayınına olan katkılarını nitel içerik analizi ile irdelemiş ve ünlülerin genel olarak teletonlarda dört farklı rol oynadıklarını bulgulanmıştır. Buna göre ünlüler, teletonlara özel bir hava ve gösteriş katar, uzakta olan acıyı izleyicilere yakınlaştırır, hayırseverlik söyleminin güçlendirilmesine aracılık ederek ana motivasyon kaynağı işlevi görür ve hayırseverliğin ticarileştirilmesine katkıda bulunur. Bununla birlikte araştırmacılar, ünlülerin hayırseverlik etkinliklerindeki gerçekliğinin önemini vurgulamaktadır. Ünlüler teletonun amacına gerçekten tutkulu olduklarında, katılımları, etkinliğin başarısı üzerinde olumlu bir etkiye sahip olabilir. Ancak, ünlülerin teletonun amacından ziyade kendi tanıtımlarıyla daha çok ilgilendikleri algısı yarattığında, teleton etkinliğinin başarısı olumsuz etkilenebilir. Özetle araştırmacılar, teletonlara ünlülerin katılımının yararlı olabileceğini, ancak ünlülerin rollerinin gerçek sebeple dengelemesi ve katılımlarının gerçek ve anlamlı olmasının önemli olduğunu önermektedir.

Kyriakidou (2011), Yunan medya tüketicilerinin, doğal afetlere olan farkındalıkları üzerine 12 kişi ile odak grup görüşmesi gerçekleştirmiştir. Elde edilen temel bulgular şu şekildedir: Görüşmede yer alan katılımcılar her ne kadar uzak coğrafyalardaki acı ve zulüm haberlerine duygusal olarak tepki verseler de bu duygusal tepkileri genellikle kısa ömürlüdür. Diğer bir ifade ile katılımcılar şovu izlemiş ve hatta bağış yapmış olsalar da daha sonra düşünmeleri istendiğinde, sadece programı sunan veya şarkı söyleyen ünlü kişiyi hatırlayabilmiş, ancak bağış yapılan özel hayır kurumunu hatırlayamamıştır. Ayrıca bu kişiler, yabancı medyanın felaketler ve sonuçları hakkındaki verdiği bilgilerin güvenilirliği ve nesnelliği konusunda şüpheli olduklarını belirtmiştir. Çalışmanın en ilginç bulgusu ise Batılı medyanın "distant suffering" (uzaktaki acı) kavramının, bazı katılımcıların, dünyadaki acı ve zulme karşı tepkilerini sınırlandırarak, onların sadece tüketici konumunda kalmasına neden olduğudur.

Jin (2014), Güney Kore teletonlarını izleme sıklığı ile gönüllülük ve bağış yapma davranışları arasındaki pozitif ilişkiyi sorgulamıştır. Araştırmanın bulguları hem teletonları daha sık izleyen hem de toplu etkinlik düzeyleri yüksek olan katılımcıların, daha fazla gönüllülük ve bağış yapma eğiliminde olduklarını ve bu sonuçların cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve gelir seviyesi gibi demografik faktörlere göre değişiklik gösterdiğini ortaya koymuştur.

Benzer şekilde Jin ve Kim (2014), *sosyal sermaye ve yetiştirme teorisinden* yola çıktıkları çalışmada, Güney Kore'de özgecil faaliyetlere katılımın altında yatan bir mekanizma önermiştir. Çalışma özellikle, teleton izleme ile iki sosyal sermaye kaynağı (güven ve komşuluk) ve yardım severlik gibi özgecil faaliyetlere katılma niyeti arasındaki sıralı ilişkiyi araştıran bir model test etmiştir. Araştırmacılar çalışmanın sonunda, toplum yanlısı değerleri ileten haftalık bir teletonu daha fazla izleyen kişilerin, güven ve komşuluk gibi sosyal sermaye kaynaklarının arttığını, yardımsever faaliyetlere katılma niyetlerinin yükseldiğini ve sosyal sermaye kaynakları aracılığıyla dolaylı olarak, yardımsever faaliyetlere katılma niyetlerini etkilediğini bulgulanmıştır.

Son olarak daha yakın tarihli bir çalışmada Charlesworth (2016), 2012 ve 2014 yıllarında İngiltere'de yayınlanan *Stand Up to Cancer* teletonunun kamu hizmeti yayıncılığı olarak nasıl bir işlev gördüğü, teletonun içeriği, sunumu ve izleyici tepkileri üzerine nitel bir araştırma gerçekleştirmiştir. Araştırmacıya göre İngiltere'de neoliberalizmin yükselişi, kamu hizmeti yayıncılığını etkilemiş ve yayıncılık kuruluşlarından daha fazla ticari etkinlikler yapmaları beklenmiştir. Bu anlamda halkın sağlık bilincini arttırmayı ve kanserle mücadelede araştırma/geliştirme çalışmalarına destek sağlamayı hedefleyen bu teleton, özü itibarıyla neoliberal politikaların medyadaki yansımasıdır.

3. Tartışma ve Sonuç

Teleton yayıncılığı, zaman içerisinde pek çok nedenler adına kitlesel sosyal davranışı tetikleyebilen, son derece sofistike bir TV programına evrilmiştir. Bazı çağdaş teletonlardan kimileri görece duygusal olmayan nedenlerle çağrılarını temsil ederken, doğal afetlerden kaynaklanan acil durumlarda fon toplamak için düzenlenen diğerleri çok başarılı olmuştur (Londino, 1978, s. 66). Diğer bir ifade ile toplumsal dayanışma ve yardımlaşma duygusunu canlı tutmasının (Jin, 2014) yanında, mağdurların acil ihtiyaçlarını (para, malzeme vb.) hızlı bir şekilde karşılama potansiyeline sahip olmalarından dolayı, teletonlar afet dönemlerinde sıklıkla başvurulan yöntemlerden biri olmayı sürdürmüştür. Bu anlamda teleton yayınlarının etkisini

artırmak için bazı önerilerde bulunmak mümkündür.

Öncelikle telethon yayınları için detaylı bir planlama yapılmalı ve organizasyon süreci önceden kurgulanmalıdır. Diğer bir ifade ile yayın süresi, program akışı, konukların ve performansların düzenlenmesi gibi unsurlar dikkatlice planlanmalıdır. Daha sonra telethon yayınlarını geniş kitlelere duyurmak için etkili iletişim ve pazarlama stratejileri uygulanmalıdır. Bu noktada sosyal medya, televizyon, radyo, basın bültenleri gibi farklı kanallar ile önceden duyurular yapılmalı ve ilgi çekici içerikler paylaşılmalıdır. Bu bağlamda teleton yayınının etkisini artırmak için ünlü isimlerin katılımı ve performansları önemlidir. Ünlü sanatçılar, sporcular, siyasetçiler gibi tanınmış kişilerin yayınlarda yer alması, izleyicilerin ilgisini çekebilir ve bağış yapma motivasyonunu artırabilir. Ünlülerin teletonlarda yer alması, desteklenen projelerin veya yardım kuruluşlarının hikayelerinin etkileyici bir şekilde anlatılmasında hayati önem taşımaktadır. Zira ünlüler tarafından aktarılan gerçek yaşam öyküleri, başarı hikayeleri veya ihtiyaç sahiplerinin durumlarını vurgulayan hikayeler, izleyicilerin duygusal bağ kurmasını sağlayabilir ve bağış yapma isteğini artırabilir.

Teletonların sadece bağış çağrısı yapmak yerine, sorunun nedenleri, sonuçları ve çözüm yolları hakkında bilgilendirici ve eğitici olması gerekmektedir. Bununla birlikte, özellikle insan faktörünün can kayıplarının artmasında doğrudan rol oynadığı sel ya da deprem gibi doğal afetler sonrasında, sorumlular ve sorumluların karşılaşacakları yaptırımlar kamuoyuna açıklanmalıdır. Ayrıca deprem gibi doğal afet anlarında alınması gereken önlemler, konusunda uzman kişiler tarafından izleyicilere aktarılmalıdır.

Teleton yayınlarının süresinin ve zamanlamasının önemli olduğunun altını çizmekte yarar vardır. Teletonların özellikle, TV'nin en çok izlendiği pazar günü prime-time'da (TIAK, 2022) yayınlanması, teletonlara olan katılımı ve dolayısıyla da bağış miktarını artırabilir. Bu yayınlar ayrıca, izleyicilerin soru sorabildiği, yorum yapabildiği ve teletonda görev yapan ünlüler ile iletişim kurabildikleri interaktif bir şekilde gerçekleştirilmelidir. Diğer bir deyişle, canlı yayına yalnızca büyük bağışçıların değil, küçük bağışçıların da katılımı önemlidir. Böylelikle izleyici ilgisi canlı tutularak, bağış hareketi toplumda yer alan tüm kesimlere sirayet edebilir ve gecenin sonunda toplanacak bağış tutarı yükseltilebilir. Teleton yayınları sonrasında bağış toplanan kuruluşların faaliyetleri, projeleri ve başarıları hakkında kamuoyuna bilgi verilmesi ise gelecekte düzenlenecek olan teletonlara güvenin ve katılımın artmasına aracılık edebilir.

Diğer taraftan Silverman ve arkadaşları (1984), teleton yayınları esnasında izleyicilerin teletona sponsor olan pek çok hayır kurumuna “maruz” kaldığını ve bu durumun teleton yayınlarının etkililiğine engel oluşturabileceğinin altını çizer. Bu bağlamda 6 Şubat Kahramanmaraş depremi sonrasında gerçekleştirilen teletonlar sonrasında birçok büyük şirketin, iş adamının ya da sivil toplum kuruluşunun telefon ile teletona katılıp yüksek meblağda bağış yaptığını beyan etmesi, kamuoyunca samimi bulunmamış ve hatta bu bağışların vergiden düşüleceği gerekçesiyle gerçekleştirildiği yönünde birçok eleştiriye maruz kalmıştır. Nitekim CNN Türk’ün (2023b) haberine göre, Türkiye Tek Yürek teletonunda 115 milyar liradan fazla para yardımı sözü verilmesine rağmen, aradan geçen bir ayın sonunda AFAD’ın hesabına yalnızca 74.2 milyon TL’nin yatırıldığı belirlenmiştir. Haberde ayrıca AFAD’ın, para taahhüdünü yerine getirmeyen kişileri tek tek aradığı ve bu kişilerin “Ani ödemem çıktı, ödeyemiyorum.”, “Para bekliyorum, aldığımda ödeme yapacağım.” ve “Konteyner alacağım veya kalıcı konutlara destek olacağım.” gibi gerekçeler sundukları belirtilmiştir. Bu gibi durumlar, teletonların toplum nezdindeki gerçekçiliğine ve güvenilirliğine zarar verebilir. Böylesi istenmeyen bir duruma mahal vermemek adına hükümetlerin, taahhütte bulunan ancak bu taahhüdü yerine getirmeyen taraflara uygulayacağı yaptırımlar elzemdir.

Bununla birlikte diğer ülkelerde gerçekleştirilen teleton yayıncılığında, projelerin tanıtımı, hedef kitleye ulaşma ve bağış toplama süreçlerinde aktif olarak rol alan sivil toplum kuruluşlarının (UNICEF, 2007; Zewde vd., 2010; Sokolov, 2015), Türkiye’de etkin bir şekilde yer almadıkları görülmektedir. Bu durumun bazı olası nedenleri arasında, Türkiye’deki sivil toplum kuruluşlarının bağış toplama stratejilerinin teleton yayınlarına uyumlu olmaması, yeterli kaynaklara sahip olmama, etkili pazarlama ve iletişim stratejilerinin eksikliği ve sivil toplum kuruluşları arasındaki iş birliğinin zayıf olması gibi faktörler sayılabilir. Bu anlamda Türkiye’deki sivil toplum kuruluşlarının teleton yayınlarında daha etkin bir şekilde yer alabilmesi için, düzenleyici kurumlar ve hükümet tarafından teşvik edici önlemler alınması, iş birliği ve iletişim ağlarının güçlendirilmesi, uygun altyapının sağlanması ve teleton yayıncılığının desteklenmesi elzemdir.

Türkiye’nin özellikle son yıllarda yaşamış olduğu doğal afetler ve sosyal sorunlar, teleton yayıncılığına duyulan ihtiyacı daha da artırmaktadır. Bu nedenle, teleton yayıncılığının Türkiye’de yaygınlaştırılması ve etkili bir şekilde uygulanabilmesi için ampirik çalışmalara ihtiyaç vardır. Zira bu çalışmalar, teleton yayıncılığının toplumsal duyarlılığı arttırmada ve bağış toplamada ne kadar etkili olduğunu ortaya koyacak ve bu yöntemin yaygınlaştırılmasına önemli katkılar sağlayacaktır. Bu anlamda teleton yayıncılığı için en etkili iletişim stratejileri hakkında ileride

gerçekleştirilecek olan araştırmalar, farklı medya araçlarının (radyo, TV, sosyal medya, vb.) kullanımını, mesajların uygunluğunu ve bağışçıları teşvik etmek için kullanılan yöntemleri değerlendirebilir.

Bununla birlikte özellikle internet aracılı teknolojik gelişmeler, beraberinde teleton yayıncılığına benzer yardım kampanyalarını da getirmiştir. Bu nedenle, yeni teknolojilerin teleton yayıncılığına entegrasyonunu, teleton yayıncılığına etkisini ve teknolojinin teleton yayıncılığının sürdürülebilirliği üzerindeki etkisini değerlendiren çalışmalar, değişen medya ortamında ele alınması gereken bir diğer husustur. Son olarak teleton yayıncılığının, farklı kültürlerde farklı şekillerde algılanması olasıdır. Bu nedenle, teleton yayıncılığı ve kültürel farklılıklar hakkında gerçekleştirilecek çalışmalar, teleton yayıncılığının farklı kültürlerdeki etkisini, mesajların uygunluğunu ve iletişim stratejilerini ortaya koyabilir.

Çıkar Çatışması Beyanı

Makale yazarı herhangi bir çıkar çatışması olmadığını beyan etmiştir.

Kaynakça

- Akşam. (2020). Acun Ilıcalı son rakamı açıkladı! Elazığ için ne kadar para toplandı? <https://www.aksam.com.tr/magazin/acun-ilicali-son-rakami-acikladi-elazig-icin-ne-kadar-para-toplandi/haber-1040391> (Erişim Tarihi: 16.03.2023).
- Baldó, M. D., Joye, S., & Maesele, P. (2012). Audience motivations to donate: The case of the Catalan teleton La Marató de TV3. *Catalan Journal of Communication & Cultural Studies*, 4(1), 57-71.
- Batey, N. (2023). Turkish broadcasters set to simulcast live TV teleton for earthquake victims. <https://www.c21media.net/news/turkish-broadcasters-set-to-simulcast-live-tv-teleton-for-earthquake-victims/> (Erişim Tarihi: 18.03.2023).
- Bauder, D. (2001). Tv benefit collects over \$150 million. <https://www.washingtonpost.com/archive/lifestyle/2001/09/25/tv-benefit-collects-over-150-million/fc429fd2-fee7-4337-bac5-f2eff2aa1f0e/> (Erişim Tarihi: 21.03.2023).
- BBC News Türkçe. (2023). 6 Şubat'taki depremlerde can kaybı 50 bin 96'ya yükseldi. <https://www.bbc.com/turkce/articles/c51kdv8d15jo> (Erişim Tarihi: 21.03.2023).
- Billboard. (2023). Katrina teleton, benefit totals roll in. <https://www.billboard.com/music/music-news/katrina-teleton-benefit-totals-roll-in-61453/> adresinden erişildi. (Erişim Tarihi: 16.03.2023).

- Cambridge Dictionay. (2023). Teleton. <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/teleton> (Erişim Tarihi: 21.03.2023).
- Charlesworth, D. (2016). Stand Up to Cancer 2012 and 2014: The medical teleton as UK public service broadcasting in a neoliberal age. *Critical Studies in Television*, 11(2), 217-229.
- Chouliaraki, L. (2006). *The spectatorship of suffering*. Sage.
- CNN Türk. (2011). Türkiye Tek Yürek Oldu. <https://www.cnnturk.com/guncel/turkiye-tek-yurek-oldu> (Erişim Tarihi: 18.03.2023).
- CNN Türk. (2023a). Omuz Omuza kampanyasında ne kadar bağış toplandı? Bağış miktarı ne kadar? Kaç para toplandı? <https://www.cnnturk.com/spor/futbol/omuz-omuza-yardim-kampanyasinda-ne-kadar-bagis-toplandi-bagis-miktari-ne-kadar-kac-para-toplandi> (Erişim Tarihi: 21.03.2023).
- CNN Türk. (2023b). Türkiye Tek Yürek olmuştu: Bağış şovu yapıp parayı ödemediler! İfşa edilecekler... <https://www.cnnturk.com/turkiye/turkiye-tek-yurek-olmus-tu-bagis-sovu-yapip-parayi-odemediler-ifs-a-edilecekler> (Erişim Tarihi: 26.03.2023).
- Davis, M. H. (1983). Empathic concern and the muscular dystrophy teleton: Empathy as a multidimensional construct. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 9(2), 223-229.
- Devereux, E. (1996). Good causes, God's poor and teleton television. *Media, Culture & Society*, 18(1), 47-68.
- Garland-Thomson, R. (2001). "Seeing the Disabled: Visual Rhetorics of Disability in Popular Photography." *The New Disability History: American Perspectives*. Ed. Paul K. Longmore and Lauri Umansky. New York: New York UP, 2001. 335-74.
- Halk Tv. (2023). 'Bir Kira Bir Yuva Halk Dayanışması' amacına ulaştı: Türkiye'ye umut oldu. <https://halktv.com.tr/gundem/halk-tv-ekranlarinda-buyuk-bulusma-telefonlar-kilitlendi-720668h> (Erişim Tarihi: 16.03.2023).
- History.com. (2023). Live Aid concert raises \$127 million for famine relief in Africa. <https://www.history.com/this-day-in-history/live-aid-concert> (Erişim Tarihi: 16.03.2023).
- Jin, B. (2014). Disaster handling through volunteering and charitable donation: The roles of South Korean teleton, involvement, and collective-efficacy. *Asian Journal for Public Opinion Research*, 1(3), 203-216.
- Jin, B., & Kim, S. (2014). Teleton viewing, social capital, and community participation in South Korea. *Communication Quarterly*, 62(3), 253-268.

- Kassel, M. (2023). Teleton. <https://web.archive.org/web/20081017140315/http://www.museum.tv/archives/etv/T/htmlT/teleton/teleton.htm> (Erişim Tarihi: 17.03.2023).
- Kyriakidou, M. (2011). *Watching the pain of others: Audience discourses of distant suffering in Greece* Doctoral dissertation. London School of Economics and Political Science.
- Londino, L. J. (1978). A Descriptive Analysis of "The Jerry Lewis Labor Day Teleton For Muscular Dystrophy". Yayınlanmış Doktora Tezi. University of Michigan.
- Longmore, P. K. (1997). "Conspicuous contribution and American cultural dilemmas: Teleton rituals of cleansing and renewal," in David T. Mitchell and Sharon L. Snyder, (Eds.), *The Body and Physical Difference: Discourses of Disability*, (pp. 135–36). Ann Arbor: University of Michigan Press.
- Longmore, P. K. (2005). The cultural framing of disability: Teletons as a case study. *PMLA*, 120(2), 502-508.
- Longmore, P. K. (2015). *Teletons: Spectacle, disability, and the business of charity*. Oxford University Press.
- McAlister, E. (2012). Soundscapes of disaster and humanitarianism: Survival singing, relief teletons, and the Haiti earthquake. *Small Axe: A Caribbean Journal of Criticism*, 16(339), 22-38.
- Messer, S., and Stingley, M. (2017). 'Hand in Hand' teleton raises more than \$44 million for hurricane survivors. <https://abcnews.go.com/Entertainment/hand-hand-teleton-raises-14-million-hour-hurricane/story?id=49807578> (Erişim Tarihi: 20.03.2023).
- Muscular Dystrophy Association. (2023). About us. <https://www.mda.org/about-mda/history> (Erişim Tarihi: 16.03.2023).
- Perry, N. (1985). Common Coinage-Teleton and Cultural Criticism in New Zealand. *Journal of Popular Culture*, 19(2), 137.
- Sayar, H. G. A. (2010). Televizyon programlarında Sosyal Sorumluluk. Yayınlanmış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü. İstanbul.
- Silverman, W. K., Robertson, S. J., Middlebrook, J. L., & Drabman, R. S. (1984). An investigation of pledging behavior to a national charitable teleton. *Behavior Therapy*, 15(3), 304-311.
- Silverstone, R. (2013). *Media and morality: On the rise of the mediapolis*. John Wiley & Sons.
- Smit, C. R. (2003). "Please call now, before it's too late": Spectacle discourse in the Jerry Lewis muscular dystrophy teleton. *Journal of Popular Culture*, 36(4), 687-703.

- Sokolov, A. V. (2015). Russian political crowdfunding. *Demokratizatsiya: The Journal of Post-Soviet Democratization*, 23(2), 117-149.
- TEGV. (2023). Tarihçe. <https://tegv.org/tarihce#:~:text=2001%2021-23%20Nisan%E2%80%99da%20E2%80%9CGelecek%20i%C3%A7in%2023%20saat%E2%80%9D%20ad%C4%B1yla%2C,%C3%96zdilek%20%28%C5%9Eifo%20Mehmet%29%20j%C3%BCbilesini%20yaparak%20gelirini%20TEGV%E2%80%99e%20ba%C4%9F%C4%B1%C5%9F%C4%B1yor.> (Erişim Tarihi: 18.03.2023).
- Teleton7. (2023). The history of teleton. <https://www.teleton7.com/about/history> (Erişim Tarihi: 18.03.2023).
- Thomas, C. (2020). 'Now let's go live to the Mullingar one-legged race': Whatever happened to the RTÉ People in Need Teleton? <https://www.thejournal.ie/now-lets-go-live-to-the-mullingar-one-legged-race-a-look-back-at-the-people-in-need-teleton-5118108-Jun2020/> (Erişim Tarihi: 18.03.2023).
- TİAK. (2022). Tiak televizyon izleyici ölçümü / 2022 izleme davranışları. <https://tiak.com.tr/duyurular/tiak-televizyon-izleyici-olcumu-2022-izleme-davranislari&no=1> (Erişim Tarihi: 26.03.2023).
- TRT Haber. (2017). Dünyayı sarsan olaylar-Katrina Kasırgası. <https://www.trthaber.com/haber/dunya/dunyayi-sarsan-olaylar-katrina-kasirgasi-336485.html> (Erişim Tarihi: 22.03.2023).
- TRT Haber. (2023a). DSÖ: Türkiye'deki depremler yüzyılın en kötü doğal afeti. <https://www.trthaber.com/haber/dunya/dso-turkiyedeki-depremler-yuzyilin-en-kotu-dogal-afeti-746196.html> (Erişim Tarihi: 22.03.2023).
- TRT Haber. (2023b). "Türkiye Tek Yürek" kampanyasında rekor bağış toplandı. <https://www.trthaber.com/haber/gundem/turkiye-tek-yurek-kampanyasinda-rekor-bagis-toplandi-746649.html#:~:text=%22T%C3%BCrkiye%20Tek%20Y%C3%BCrek%20Kampanyas%C4%B1%20Ortak,1%20milyar%20lira%20ba%C4%9F%C4%B1%C5%9F%20topland%C4%B1.> (Erişim Tarihi: 22.03.2023).
- TRT Haber. (2023c). Hollanda'dan Türkiye'ye yardım kampanyası: Bağış miktarı 89 milyon euroya yaklaştı. <https://www.trthaber.com/haber/dunya/hollandadan-turkiyeye-yardim-kampanyasi-bagis-miktari-89-milyon-euroya-yaklasti-746642.html> (Erişim Tarihi: 26.03.2023).
- TJMO. (2023). 17 Ağustos 1999 Marmara depremi yıldönümü basın açıklaması. https://www.jmo.org.tr/genel/bizden_detay.php?kod=9121&tipi=3&sube=2&subesi= (Erişim Tarihi: 15.03.2023).
- Turner, D. M. (2017). Teletons: spectacle, disability and the business of charity. *Disability & Society*, 32(6), 935-936.

- TÜSEV. (2018). Bir kaynak geliştirme modeli olarak teleton. <https://degisimicinbagis.org/bir-kaynak-gelistirme-modeli-olarak-teleton/> (Erişim Tarihi: 20.03.2023).
- UAE. (2023). Sharjah teleton raises Dh15.6m for Turkey-Syria earthquake relief efforts. <https://www.thenationalnews.com/uae/2023/02/17/sharjah-teleton-raises-dh156m-for-turkey-syria-earthquake-relief-efforts/> (Erişim Tarihi: 19.03.2023).
- UNCDD. (2023). Birleşmiş Milletler çölleşme ile mücadele sözleşmesi (UNCCD). <https://www.tarimorman.gov.tr/ABDGM/Belgeler/Uluslararası%C4%B1%20Kuru-lu%C5%9Flar/UNCCD%20Tr.pdf> (Erişim Tarihi: 20.03.2023).
- UNICEF. (2007). *Annual report 2003*. Unicef.
- Willard, J. (2011). First teleton was held in 1949. <https://www.reporterherald.com/2011/09/04/first-teleton-was-held-in-1949/> (Erişim Tarihi: 22.03.2023).
- Zewde, B., Yntiso, G., & Berhanu, K. (2010). *Contribution of the Ethiopian diaspora to peace-building: a case study of the Tigray Development Association (No. 8)*. [University of Jyväskylä], *Diaspeace Project*.