

Çocukların Medyadan ve Medyada Korunması: Çocuklara Yönelik Etik Davranış Kurallarının İncelenmesi

Ruhdan Uzun¹

Öz

İletişim araçlarının etkileri söz konusu olduğunda en çok tartışılan konulardan biri medya içeriğinin çocuklar üzerindeki etkileridir. Çocuğun gerek bedensel gerekse zihinsel bakımdan tam erginliğe ulaşmamış olması nedeniyle etkiye daha açık olduğu ve gelişimine zarar verebilecek etkilerden özel koruma gereksinimi bulunduğu kabul edilmektedir. Çocukların korunması medya bağlamında, çocukların gelişimlerine zarar verebilecek içeriklere maruz kalmaktan korunmaları ve medya içeriklerine konu olan çocukların korunması biçiminde ikili bir yapı göstermektedir. Sözü edilen korunmaların sağlanması bir yandan yasalarla gerçekleştirilmeye çalışılırken diğer yandan da ortaya çıkan sorunlara etik kurallarıyla çözüm aranmaktadır.

Bu çalışmada, Türkiye'de iletişim mesleklerinde çalışanlar için oluşturulan etik kodların içeriklerinin çocuk hakları açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla çocukların zararlı medya içeriklerinden korunmasına yönelik mesleki kurallar analiz edilerek tartışılmıştır. Böylelikle, iletişim alanında çalışanların işlerini yaparlarken çocuk haklarını ihlal etmemeleri ve hak temelli uygulamaları ilerletebilmelerine yönelik öneriler geliştirilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Medya Etiği, Çocuk Hakları, Çocukların Korunması.

The Protection of Children from Media Content and in Media Content: A Study of Ethical Codes for Children in Media

Abstract

Considering the effects of media, one of the most controversial issues is the impacts of media content on children. It is agreed that children, by reason of their physical and mental immaturities, are susceptible to the effects of media and must be protected from harmful content. Protection of children shows a dual structure in the context of media. These are protection of children from exposure to content that could harm their development, and protection of children who are the subjects of media content. For implement of these protections, laws and ethical rules are used.

The aim of this study was to examine the contents of the ethical rules for communication professionals in terms of children's rights. For this purpose, professional rules that intend to protect children from media were analyzed and discussed. Thus, recommendations about promoting of children's rights were developed for communication professionals.

Keywords: Media Ethics, Child Rights, Protection of Children.

¹ Prof. Dr. Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi.

Giriş

İletişim araçlarının etkileri söz konusu olduğunda en çok tartışılan konulardan biri medya içeriğinin çocuklar üzerindeki etkileridir. Bu duyarlılık, çocuğun gerek bedensel gerekse zihinsel bakımdan tam erginliğe ulaşmamış olması nedeniyle etkiye daha açık olmasından, istismar ve sömürüye karşı savunmasız durumda bulunmasından kaynaklanmaktadır. Dolayısıyla çocukların gelişmelerine zarar verebilecek medya içeriklerine karşı özel korumaya gereksinim duydukları genel kabul gören bir görüştür. BM Genel Kurulu tarafından 1989'da benimsenen ve Türkiye'nin de imzaladığı Çocuk Hakları Sözleşmesi çocuğun "uygun yasal korumayı da içeren özel güvence ve koruma gereksinimi bulunduğunu"nu vurgulamaktadır.

Çocukların korunması medya bağlamında ikili bir yapı göstermektedir. Bu koruma bir yönüyle çocukların gelişmelerine zarar verebilecek içeriklere maruz kalmaktan korunmalarını içermektedir. Bu korumanın sağlanmasında Türkiye özelinde, bazı süreli yayınların poşet içinde satılmasından "akıllı işaret"lere, bazı içeriklere yayın saati sınırlamaları getirilmesinden ebeveyn filtrelerine kadar çeşitli yöntemler uygulanmaktadır. Medya alanındaki korumanın diğer yönü ise medya içeriklerine konu olan çocukların korunmasıdır. Haber, televizyon programları ve reklamlarda yer alan çocukların görebilecekleri zararların belirlenmesi ve bunlardan kaçınılması için uyulması gereken kuralların oluşturulması için çalışılmaktadır. Uygulamada, sözü edilen bu ikili koruma bir yandan yasalarla gerçekleştirilmeye çalışılırken diğer yandan da ortaya çıkan sorunlara etik kurallarıyla çözüm aranmaktadır.

Bu çalışmada, hak temelli içerik oluşturmada etik ilkelerin farkındalık yaratma ve bilinç oluşturmadaki olumlu etkileri göz önüne alınarak, Türkiye'de iletişimle ilgili mesleklerde çalışanlar için oluşturulan etik kodların içeriklerinin çocuk hakları açısından incelenmesi amaçlanmıştır. Bu amaçla çocukların zararlı medya içeriklerinden korunmasına yönelik meslek kuralları analiz edilerek tartışılmıştır. Böylelikle, iletişim mesleklerinde çalışanların işlerini yaparlarken çocuk haklarını ihlal etmemeleri ve hak temelli uygulamaları ilerletebilmelerine yönelik öneriler geliştirilmiştir. Bu bağlamda, gazetecilik, yayıncılık, halkla ilişkiler ve reklamcılığa yönelik etik kodlar incelenmiştir. Ayrıca, yeni medya ortamlarında çocuklara yönelen tehditler ve bu konuda geliştirilen etik kodlar da inceleme kapsamına alınmıştır.

Gazetecilik etik kodları gazetecilik meslek örgütleri, medya kuruluşları ve uluslararası kuruluşların etik kodları olarak üç gruptan oluşmuştur. Bunlar, Basın Konseyi'nin 1988'de kabul ettiği Basın Meslek İlkeleri, Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından 1998 yılında yayınlanan Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, 2012 yılında yenilenerek kamuoyuna duyurulan Doğan Yayın Holding (DYH) Yayın İlkeleri ile Çağdaş Gazeteciler Derneği İlkeleridir. Ayrıca yasaya dayanmasına karşın, etiğe ilişkin bir içeriğe sahip olduğu için Basın İlan Kurumu'nun 1994'te yeniden düzenlediği Basın Ahlak Esasları da inceleme kapsamına alınmıştır.

Yayıncılık etiğiyle ilgili olarak RTÜK ve Televizyon Yayıncıları Derneği (TVYD) tarafından 2007'de hazırlanan rehber kitapçıktaki etik ilkeler incelenmiştir. Yasaya dayandığı için bir özdenetim sistemi oluşturmayan, ancak meslek etiğinin geliştirilmesinde yol gösterici nitelik taşıyan Radyo

ve Televizyon Üst Kurulu Hizmet Yayın İlkeleri de çalışmaya dahil edilmiştir.

Halkla ilişkiler alanında Türkiye Halkla İlişkiler Derneği'nin Meslek Ahlak İlkeleri, reklamcılık alanında da Reklam Özdenetim Kurulu'nun benimsediği Uluslararası Reklam Uygulama Esasları, çocuklara yönelik etik kurallar açısından değerlendirilmiştir.

Yeni medya konusunda ise yol gösterici bir düzenleme olarak BBC'nin etik kuralları ele alınmıştır.

1. Çocuklara Yönelik Medya Etik Kodları Gereksinimi

Etik, insan toplumlarının yüzyıllardan beri geliştirdiği sorumluluk anlayışıyla ilişkilidir. İletişim alanındaki etik anlayışı da kitle iletişim araçlarının gelişip yaygınlık kazanmasından sonra ortaya çıkmıştır. Bu araçların içeriklerinin okurlara/izleyicilere, içerik kaynaklarına ya da içeriklere konu olan kişilere zarar verebilme potansiyeli karşısında meslek kuruluşları tarafından etik ilkeler oluşturulmuştur. Böylelikle iletişimle ilgili mesleklerde çalışan kişilerin işlerini yaparken insanlara zarar vermemesi ya da zararlı en aza indirmesi amaçlanmaktadır. Bu kurallar, okuyucu/izleyicinin güvenini kazanmak için geliştirilmiştir. Etik kuralların özelliği zorunlu ya da zorlayıcı olmamalarıdır. Hukuk kuralları gibi ağır yaptırımları yoktur. Etik ilkelere uyulmaması durumunda sadece uyarı ya da kınama gibi bir yaptırımla karşılaşılacağı için meslek bilinci ve sorumluluk anlayışı gelişmiş iletişimciler açısından önemlidir (Alemdar ve Uzun, 2013:164).

Etik ilkelerin uygulanmasını sağlamak için özdenetim mekanizmaları geliştirilmiştir. Dünyada en çok uygulanan özdenetim mekanizmaları ise meslek ilkeleri oluşturmak, ombudsman (ya da okur/izleyici temsilcisi) ve basın konseyidir (Uzun, 2011). Meslek ilkeleri iletişim alanında çalışanların yapmaları ya da yapmamaları gereken kuralları içermektedir. Ombudsman haberleri yayımlandıktan sonra, meslek kuralları açısından değerlendiren kişidir. Basın konseyi ise meslek ilkelerinin uygulanmasını gözeten, ihlalleri saptayan ve ilkelere uymayanları uyaran bir özdenetim mekanizmasıdır.

Medya alanında özdenetim araçlarının en eskisi etik ilkelere dir. İlk etik kodlar, yirminci yüzyılın başlarında ortaya çıkan kısa metinlerdir. Etik kodların içeriklerine ve zaman içindeki gelişmelerine bakıldığında giderek daha uzun metinler ve ayrıntılı kodlar oluşturma yönünde bir eğilim bulunduğu görülmektedir (Harris, 1998:86).

İletişim alanında çalışanların hazırladıkları içeriklere konu olan kişilerden en korunmasız olanı çocuklardır. Oysa yetişkinlerle aynı haklara sahip olan çocukların aynı zamanda zararlı etkilerden korunma gibi de bir hakları vardır. BM Genel Kurulu tarafından 1989'da benimsenen ve Türkiye'nin de imzaladığı Çocuk Hakları Sözleşmesi de çocuğun "uygun yasal korumayı da içeren özel güvence ve koruma gereksinimi bulunduğunu"nu vurgulamaktadır. Çocukların korunması medya bağlamında, ikili bir yapı göstermektedir: Bunlar çocukların gelişmelerine zarar verebilecek içeriklere maruz kalmaktan korunmaları ve medya içeriklerine konu olan çocukların korunması biçiminde ortaya çıkmaktadır. Sözü edilen korunmaların sağlanması bir yandan etik kurallarla sağlanmaya çalışılırken diğer yandan da ortaya çıkan sorunlara yasalarla çözüm arandığı görülmektedir. Çocuk haklarının medya aracılığıyla ve medya tarafından sık sık ihlal edilmesi, bazı etik ilkelerin yasa metinlerine dönüştürülmesine neden olmuştur. Basın Ahlak Esasları ile RTÜK Yasasının da bu bağlamda incelenmesi gerekmektedir.

Son dönemde giderek yaygınlaşan yeni medya ortamları ise çocuk haklarını ihlal eden uygulamalara kapı açan bir yapıya sahiptir. Bu ortamları çocukların sık ve yaygın olarak kullanmaya başlamasıyla birlikte yeni medya ortamlarında çocuk haklarını korumak ve ihlalleri önlemek için yeni etik kurallar geliştirilmektedir.

Gazetecilik, yayıncılık, reklamcılık ya da halkla ilişkiler gibi mesleklerde çalışan iletişimciler için oluşturulan genel ilkelerin hak ihlallerini önlemede yetersiz kaldıkları görüldüğünden söz konusu ilkeler zaman içinde giderek daha ayrıntılı bir hale gelmektedir. Hak hareketlerinin gelişmesiyle birlikte çocuk hakları konusunda da toplumsal bilincin gelişmeye başladığı görülmektedir. Bu olgunun iletişim etiği alanındaki yansıması ise çocukları korumaya yönelik etik kuralların mevcut etik kodlarına dahil edilmesi yanında çocuklara ilişkin ayrıntılı medya etiği kodlarının ortaya çıkmasıdır.

2. Çocuğun İfade Özgürlüğü ve Medyanın Sorumluluğu

Etik kodlar, özgürlüklerle sorumluluklar arasında denge sağlamaya çalışır. Bunu yaparken de iletişim mesleklerinde çalışanların yapmaları ve yapmamaları gereken davranışları belirler. Bir başka deyişle kısıtlamalar ve yükümlülüklerle iç içedir. Çocuk hakları söz konusu olduğunda medyanın en önemli yükümlülüğü, çocuğun görüş ve düşüncelerini serbestçe açıklama hakkını kullanmasına olanak vermesidir. BM Çocuk Hakları Sözleşmesinde medyanın bu konudaki yükümlülükleri 12., 13., 14. ve 17. maddelerde belirtilmiştir.² Sözleşmenin 12. Maddesi, "Taraflar Devletler, görüşlerini oluşturma yeteneğine sahip çocuğun kendini ilgilendiren her konuda görüşlerini serbestçe ifade etme hakkını bu görüşlere çocuğun yaşı ve olgunluk derecesine uygun olarak, gereken özen gösterilmek suretiyle tanır." ifadesine yer vermektedir.

13. madde ise, "Çocuk, düşüncesini özgürce açıklama hakkına sahiptir; bu hak, ülke sınırlarına bağlı olmaksızın; yazılı, sözlü, basılı, sanatsal biçimde veya çocuğun seçeceği başka bir araçla her türlü haber ve düşüncelerin araştırılması, elde edilmesi ve verilmesi özgürlüğünü içerir." hükmünü getirmektedir.

Sözleşmenin 14. Maddesi, "Taraflar Devletlerin, çocuğun düşünce, vicdan ve din özgürlükleri hakkına saygı göstereceğini" belirtmektedir.

17. madde ise doğrudan kitle iletişim araçları ile ilgilidir. Bu maddeye göre, "Taraflar Devletler, kitle iletişim araçlarının önemini kabul ederek çocuğun; özellikle toplumsal, ruhsal ve ahlâki esenliği ile bedensel ve zihinsel sağlığını geliştirmeye yönelik çeşitli ulusal ve uluslararası kaynaklardan bilgi ve belge edinmesini sağlarlar."

Bu amaçla taraflar devletlerin kitle iletişim araçlarıyla ilgili ikili bir sorumluluğu vardır. Birincisi "kitle iletişim araçlarını çocuk bakımından toplumsal ve kültürel yararları olan" bilgi ve belgeyi yaymak için teşvik ederler. İkincisi, "çocuğun esenliğine zarar verebilecek bilgi ve belgelere karşı korunması için" uygun yönlendirici ilkeler geliştirilmesini teşvik ederler.

3. Çocuklara Yönelik Gazetecilik Etik Kuralları

Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi'ne göre, "Bu sözleşme uyarınca çocuğa uygulanabilecek olan kanuna göre daha erken yaşta reşit olma durumu hariç, on sekiz yaşına

² Sözleşme metnine ulaşmak için http://www.unicef.org/turkey/crc/_cr23b.html

kadar her insan çocuk sayılır.” (Madde 1). Çocukların zararlı medya içeriklerinden korunması gerektiği düşüncesi, gazetecilik etik kodlarında da bu yönde kurallar getirilmesine neden olmuştur. Gazeteciliğin genel etik kuralları yanında bazı etik kodlarda çocuklar, korunması gereken özel bir kesim olarak ele alınmaktadır. Bu açıdan Türkiye’deki gazetecilik etik kodları incelendiğinde, Basın Konseyi’nin 16 maddeden oluşan Basın Meslek İlkelerinde çocuklara yönelik özel bir kuralın yer almadığı görülmektedir. Çağdaş Gazeteciler Derneği’nin (ÇGD) 20 maddelik ilkelerinde de aynı biçimde çocuklara ilişkin özel bir hüküm bulunmamaktadır.

2012’de güncellenen Doğan Grubu Yazılı Medya Yayın İlkelerinin 7. Maddesi çocuk haklarını kadın hakları ile birlikte ele almaktadır. Buna göre;

“Gazete ve dergi çalışanları, kadın ve çocuk hakları konusunda taraftır. Kadına ve çocuğa karşı ayrımcılığa neden olacak, ruhsal ve bedensel açıdan örseleyecek veya rencide edecek haberlere yer verilmez. Kadına ve çocuğa karşı şiddeti önlemeyi amaçlayan yayınlar yapılır.”

Yayın ilkelerinin 19. Maddesinin “a” bendinde ise “Polis ve yargı haberlerinde, meydana gelen şiddetin kanlı ayrıntılarıyla ve pornografik bir dille anlatımından kaçınılır. Çocukları cinsel açıdan olumsuz etkileyecek yayın yapılmaz.” hükmü yer almaktadır.

Basın İlan Kurumu Genel Kurulu’nun 1994 yılında aldığı 129 numaralı kararla düzenlenen Basın Ahlak Esasları’nın birinci maddesinin “e” bendinde ise çocuklara yönelik yayın ilkesi şöyle belirtilmiştir: “Küçüklerin ve gençlerin toplum içinde, kişiliklerinin gelişmesini ve korunmasını olumsuz etkileyecek veya onlara yönelik cinsel tacize teşvik eden ve şiddeti özendiren yayın yapılamaz.”

Söz konusu hüküm, çocuklara yönelik olarak “cinsel taciz” ve “şiddet”i olumsuz öğeler olarak belirlemekte ve yayınlarda yer almasını yasaklamaktadır.

Çocuklara yönelik olarak en ayrıntılı etik ilke, 1998 Yılında Türkiye Gazeteciler Cemiyeti tarafından kabul edilen Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi’nde yer almaktadır. Bildirgenin “Gazetecinin Doğru Davranış Kuralları” başlıklı bölümde çocuklara ilişkin etik kurallar “Çocuk” başlığı altında şöyle düzenlenmiştir: “Çocuklarla ilgili suçlarda, cinsel saldırılarda, sanık, tanık ya da mağdur (maktul) olsun, 18 yaşından küçüklerin açık isimleri ve fotoğrafları yayınlanmamalıdır.”

“Çocuğun kişiliğini ve davranışlarını etkileyebilecek durumlarda, gazeteci, bir aile büyüğünün veya çocuktan sorumlu bir başkasının izni olmaksızın çocukla röportaj yapmamalı veya görüntüsünü almaya çalışmamalıdır.”

Söz konusu ilkeler, haber üretim sürecinde çocukları haberin konusu ve haber kaynağı olmak üzere iki açıdan ele almaktadır. Yargıya yansıyan olaylarda haberin konusu olan çocukların isim ve görüntüleriyle teşhir edilerek, daha sonraki yaşamlarında mağdur olmalarını engellemeye yönelmiştir. Diğer yandan da haberin toplanması sürecinde haber kaynağı durumundaki çocuklarla röportaj yapılırken çocukların zarar görmesini önlemeye yönelik bir hüküm getirmiştir. Çocukla röportaj yapılırken bir erişkinin denetimi öngörülmüştür. Böylelikle basın çalışanlarının hem haberi toplama hem de yazma sürecinde çocuk haklarını ihlal etmelerinin önüne geçilmesine çalışılmıştır.

Medyada çocuklara yönelik etik ilkeler geliştirilmesi konusunda kurumlar arası ortak projeler de

yürütülmüştür. 2005'te başlatılan TGC, BBC ve British Council'in ortak projesi "Toplumsal Katılımın Sağlanmasında Medyanın Rolü" çalışmasının sonucunda ortaya çıkan üç kılavuzdan biri de Çocuk başlığını taşımaktadır. Medyanın üretim sürecini ve içeriğini çocukların yararına dönüştürmek için hazırlanan kılavuzda, sorumlu habercilik için medya kuruluşlarına ve medya profesyonellerine düşen görevler anlatılmaktadır.

Bağımsız İletişim Ağı'nın (BİA) hak haberciliği çalışmalarının ürünü olan Çocuk Odaklı Habercilik (2007) kitabı da çocuklara ilişkin haberler konusunda gazeteciler için önemli bir rehber oluşturmaktadır.

Çocuklara ilişkin haberlerdeki etik kodları üzerinde ayrıntılı çalışmalar yapan bir diğer kuruluş ise UNICEF'tir. UNICEF, 18 Yaşından Küçük Çocuklar ve Gençlerle İlgili Etik Kurallar çerçevesinde habercilik için ilkeler ve kılavuzlar geliştirmiştir. Bu kılavuzdaki ilkeler şöyle sıralanmaktadır:³

- Her çocuğun onuru ve hakları her durumda dikkate alınmalı ve bunlara saygı gösterilmelidir.
- Çocuklarla görüşme yaparken ve çocuklara ilişkin haber hazırlarken her çocuğun özel yaşam ve gizlilik, görüşlerini iletme, kendilerini etkileyecek kararlara katılma ve potansiyel olanlar dahil her türlü zarar ve misillemeden korunma haklarına özel dikkat gösterilmelidir.
- Her çocuğun yararı, çocuklarla ilgili konularda tanıtım-savunu ve çocuk haklarının yaygınlaştırılması kapsamında olanlar dahil başka her tür mülahazaya üstün tutulacaktır.
- Çocuğun yüksek yararının ne olduğunun belirlenmesinde yaş ve olgunluk düzeyi açısından, çocuğun durumunu en iyi bilen ve bu durumu en iyi değerlendirebilecek konumda olan kişilere danışılacaktır.
- Kimlikler değiştirilmiş, gizlenmiş veya kullanılmamış olsa bile, bir çocuğu, kardeşlerini veya yaşlılarını risk altına sokacak haber ve görüntüleri yayınlamamak en iyisidir.

Türkiye'de çocuk haklarına saygılı habercilik açısından çeşitli etik kodlarda davranış ilkeleri bulunmasına karşın, bu ilkeler sık sık ihlal edilmektedir. Çocuk yaşta evlilik, cinsel istismar, şiddet, çocuk emeğinin sömürülmesi gibi konularda medyanın sorumlu habercilik yaptığını söylemek zordur. Medyanın çocuklara da hakları olan bireyler olarak yaklaşması gerekirken, çocukları mağdur veya yetişkinlerin "şirin uzantıları" olarak sergilediği görülmektedir. Çocuklarla ilgili haberlerdeki etik ihlaller, genellikle kimlik açıklanması durumlarında gündeme gelmektedir.

UNICEF'in çocuklar için etik kurallar çerçevesinde belirlediği habercilik ilkeleri arasında hiçbir çocuğun damgalanmasına izin verilmemesi; ek fiziksel veya psikolojik zarar, yaşam boyu istismara, kendi topluluklarının ayrımcılığına veya dışlanmaya maruz kalma gibi durumlar dahil olmak üzere çocuğun olumsuz tepkilere uğramasına yol açabilecek kategorileştirmelerden veya betimlemelerden kaçınılması; cinsel suistimal veya sömürüye maruz kalan bir çocuğun adının ve görüntüsünün gizlenmesi; yaşanmış travmatik olaylarla ilgili olarak çocuğun acılarını depreştirebilecek sorular, tutumlar ve yorumlardan kaçınılması gibi her çocuğun onuru ve haklarının her durumda dikkate alınması ve saygı gösterilmesi yönünde temel ilkeler bulunmaktadır.

3 Bkz, Çocuk Odaklı Habercilik, haz: Sevdâ Alankuş, BİA Yayınları, 2007, Ek-1, s.284.

Belirli durumlarda, çocuğun kimliğinin, adının ve/veya teşhis edilebilir görüntüsünün kullanılması çocuğun yararına olabilir. Bununla birlikte çocuğun kimliği kullanıldığında bile ilgili çocuk herhangi bir zarara karşı korunmalı, damgalanma veya dışlanma gibi durumlara karşı desteklenmelidir. Çocuğun risk altında olup olmadığı konusunda kuşkular varsa haber ne kadar çarpıcı olursa olsun tek bir çocuktan söz etmek yerine çocukların içinde buldukları genel durum dile getirilmelidir.

Dikkat edilmesi gereken bir başka konu da, taciz/tecavüz mağduru çocukların korunması amacıyla “kimlik gizleme, fotoğraf kullanmama” gibi önlemlerin yanı sıra polis ifadelerine yansımış olsa bile suçun nasıl gerçekleştirildiğine ilişkin ayrıntıları yayınlamamaktır.

Yine MediaWise ve UNICEF 2005 yılında, Medya ve Çocuk Hakları başlıklı bir rehber kitap yayımlamıştır. Gazetecilerin pratik deneyimlerine dayanarak hazırlanan bu rehber kitap, çocuklarla ilgili haberlerde sorumlu davranılmasını teşvik etmeyi amaçlamaktadır.

UNICEF'in etik konusundaki önemli bir çalışması da çocuk hakları temelli gazetecilik uygulamalarını geliştirmek için iletişim fakülteleriyle birlikte ders planlamasıdır. Kurum, iletişim fakültelerinde “Çocuk Hakları ve Gazetecilik Uygulamaları: Hak Temelli Perspektif” adında ders okutulması için çalışmalar yapmıştır. Çalışmalar çerçevesinde UNICEF ve Dublin Teknoloji Enstitüsü tarafından 2007’de hazırlanan program, UNICEF Orta ve Doğu Avrupa ve Bağımsız Devletler Topluluğu Bölge Ofisi tarafından kabul edilmiştir. UNICEF’in üniversitelerle birlikte yürüttüğü çalışmalar sonucunda, medya çalışanlarının çocuk haklarını temele alan bir yaklaşımla içerik üretmelerini sağlamaya yönelik ders, iletişim fakültelerinin ders programlarında yer almaya başlamıştır. UNICEF, iletişim fakülteleriyle sürekli toplantılar yaparak ders içeriğinin ve yürütülme biçiminin geliştirilmesi için çalışmaktadır.

4. Çocuklara Yönelik Halkla İlişkiler Etik Kuralları

İletişimle ilgili meslekler yalnızca gazetecilikle sınırlı değildir. Halkla ilişkiler çalışanları da savundukları müşteri çıkarlarına ilişkin olarak medyaya içerik üretirler. Dolayısıyla halkla ilişkiler alanında çalışanların etik ilkelerinin de çocuk hakları bağlamında gözden geçirilmesi gerekmektedir.

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği (TÜHİD), halkla ilişkiler mesleğinin profesyonel değerlerini ve itibarını korumak doğrultusunda meslek ahlak ilkeleri geliştirmiştir. 14 Maddeden oluşan TÜHİD Meslek Ahlakı İlkeleri'nin 3. maddesi çocuklara yöneliktir. Buna göre, TÜHİD üyeleri;

“Çocuklarla ilgili ürünlerin tanıtılması için hazırlanan halkla ilişkiler mesajlarında onların güven duygularını zedeleyecek, ruhsal ve fiziksel zayıflıklarını etkileyecek içerik bulunmamasına özen gösterirler”.

Söz konusu ilke, çocukların güven duygularının, ruhsal ve fiziksel zayıflıklarının sömürülmemesini öngörmektedir. Ancak bu sömürünün hangi davranış kurallarıyla engellenebileceğine yönelik bir açıklık bulunmamaktadır.

5. Çocuklara Yönelik Reklamcılık Etik Kuralları

Türkiye'deki medya kuruluşlarının kâr amaçlı kuruluşlar oldukları dikkate alındığında her türlü yayında reklam içeriği önemli bir yer tutmaktadır. Dolayısıyla reklamlar da çocuk haklarının korunması gereken bir medya içeriği olarak belirmektedir.

Türkiye’de reklamcılık alanında bir özdenetim mekanizması olarak 1994’te Reklamcılar Derneği ve Reklamverenler Derneği üyeleri ile reklam mecraları, dürüst olmayan reklamlara karşı Reklam Özdenetim Kurulu’nu oluşturmuşlardır. Kurul, Uluslararası Reklam Uygulama Esasları’na aykırı bulduğu reklamların düzeltilmesini ya da yayınlanmamasını reklamvereninden talep etmektedir.

Reklam Özdenetim Kurulu’nun benimsediği Uluslararası Ticaret Odası Reklam Uygulama Esasları ilk olarak 1937’de yayınlanmış, 2006’da birçok pazarlama esası, Birleştirilmiş Uluslararası Reklam ve Pazarlama İletişimi Uygulama Esasları adı altında tek bir dokümanda birleştirilmiştir. Esaslar’ın “Reklam ve Pazarlama İletişimi Uygulamalarına Yönelik Genel Hükümler” bölümünde çocuklara ilişkin ilkeler 18. maddede “Çocuklar ve Gençler” başlığı altında belirtilmektedir. Madde, çocuklara ve gençlere yönelik ya da onları konu alan pazarlama iletişimi gerçekleştirilirken, çok dikkatli olunması ve ayrı bir özen gösterilmesi gerektiğini vurgulamaktadır. Buna göre, pazarlama iletişimi, çocukların ve gençlerin deneyimsizliğini, kolay inanmasını özellikle aşağıda sıralanan konularda istismar etmemelidir:

“1) Pazarlama iletişimi, bir ürünün performansını ya da kullanımını gösterirken;

a. bu ürünün bir araya getirilmesi, montajı ve kullanımı için gerekli beceri ya da yaş düzeyini olduğundan az göstermemelidir;

b. tanıtılan ürünün gerçek boyutlarını, değerini, özelliklerini, dayanıklılığını ve performansını abartmamalıdır;

c. tanıtılan ürünün kullanıma hazır hale gelmesi için ek malzeme gerekiyorsa (örneğin; piller) ya da ürün, bir serinin veya koleksiyonun parçası ise bu bilgi gizlenmemelidir.

2) Her ne kadar hayal gücünün kullanımı hem çocuklar hem de gençler için uygun olsa da; yapılacak pazarlama iletişimi, onların gerçekle hayal gücü arasındaki ayrımı yapmalarını güçleştirecek nitelikte olmamalıdır.

3) Çocuklara yönelik olarak yapılacak pazarlama iletişimi, çocuklar tarafından da ayırt edilecek biçimde olmalıdır.”

18. Maddenin getirdiği bir ilke de “zararın önüne geçme”dir. Buna göre; “Pazarlama iletişiminde, çocuklarda veya gençlerde zihnen, ahlaken ya da bedenen zararlı bir etki yaratabilecek herhangi bir beyanda bulunulamaz veya görsel sunum kullanılamaz. Yapılacak iletişimde, çocuklar ve gençler, tehlikeli durumlarda gösterilemez veya kendilerine ya da başkalarına zarar verebilecek faaliyetler içinde yansıtılamaz ya da potansiyel olarak zararlı olabilecek faaliyet ve davranışlar içinde bulunmaya özendirilemezler.”

Esasların 18. maddesinin getirdiği bir başka ilke ise çocuk-ebeveyn ilişkisine yöneliktir. “Toplumsal Değerler” başlığı altında, reklamların toplumda geçerli değerleri dikkate alması gerektiği vurgulanmaktadır. Buna göre,

“Pazarlama iletişimi herhangi bir şekilde, tanıtımını yaptığı ürüne sahip olan ya da bu ürünü kullanan çocukların ya da gençlerin, ürüne sahip olmayan diğer çocuklara ve gençlere göre, fiziksel, psikolojik ya da sosyal avantajlar sağlayacaklarını ileri süremez.

Benzer şekilde, bu ürünlere sahip olmamanın ya da kullanamamanın, olumsuz etkilerinden de söz edemezler. Pazarlama iletişimi, sosyal ve kültürel değerleri göz önüne alarak, ebeveynlerin otoritelerini, sorumluluklarını, değerlendirmelerini ya da zevklerini sarsacak beyanlarda bulunamaz. Pazarlama iletişimi, ebeveynleri ya da çevrelerindeki yetişkinleri, belli bir ürünü satın aldırtmaya ikna edebilecek şekilde, doğrudan çocuklara ve gençlere yönelik olarak, mesajlar veremez. Pazarlama iletişiminde fiyata yer verildiği durumlarda, çocukların veya gençlerin, ürünün maliyetini ya da gerçek değerini yanlış algılamalarına neden olacak şekilde, fiyat olduğundan daha az gibi gösterilmemelidir. Hiçbir pazarlama iletişimi, tanıtılan ürünün her ailenin bütçesine uygun olarak, hemen elde edilebileceğini ima etmemelidir.”

Çocuklara ilişkin bir başka hüküm, Esaslar’ın 19. Maddesinde “Verinin Korunması ve Kişilik Haklarına Saygı” bölümünde yer almaktadır. “Çocuklara ait kişisel bilgiler” başlığını taşıyan bu bölüm, kişisel bilgilerin korunmasına ilişkin ayrıntılı düzenlemeler getirmektedir. Buna göre:

“12 yaş ve altında çocuklar olduğu bilinen ya da çocuk olduğuna inanılan bireylerden kişisel veriler toplanırken, mümkünse çocukların gizliliğini korumak için ebeveynlerine ya da yasal vasilerine yol gösterilmelidir.”

Dijital interaktif medya aracılığı ile alınan bilgilerde, çocukların ebeveynlerinin veya uygun bir yetişkinin onayı ile bilgileri vermesi desteklenmeli, bu onayın alınıp alınmadığını kontrol etmek için makul adımlar atılmalıdır. Yalnızca etkinliğin gerektirdiği kadar kişisel bilgi istenmelidir.

“Ebeveynin onayı olmadan, çocuktan alınan kişisel bilgilerle, ebeveyn veya diğer aile bireyleri pazarlama iletişimi faaliyetlerine dahil edilemezler.”

19. Madde, çocuk olduğu bilinen bireylere ait tanımlanabilir kişisel bilgilerin, yalnızca bir ebeveynin ya da yasal vasinin rızası alındıktan sonra ya da yasanın söz konusu açıklamaya izin verdiği durumlarda üçüncü kişilere açıklanabileceğini belirtmektedir.

Reklam yayınlarıyla ilgili yasal düzenleme ise 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun’da yer almaktadır. Yasanın 4. Bölümü “Yayın Hizmetlerinde Ticari İletişim”i düzenlemektedir. Ticari iletişime ilişkin genel esaslar arasında, “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” yer almaktadır.

Yasada ayrıca, ticari iletişim ne zaman ve hangi sürelerde yapılacağı da belirtilmiştir. Buna göre “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.”

“Sinema ve televizyon için yapılmış filmler ile haber bültenleri ve çocuk programları, planlanan yayın süreleri otuz dakikadan fazla olması hâlinde, her otuz dakikalık yayın süresi için bir kez olmak üzere reklam ve tele-alışverişle kesilebilir.”

Yine ilkelere göre, “çocuk programlarında ürün yerleştirmeye izin verilmez.”

6. Çocuklara Yönelik Yayıncılık İlkeleri

Türkiye’de televizyon yayıncılığı alanında çocukları korumaya yönelik etik ilkeler, 2007’de kamuoyuna duyurulan “Yayıncılık Etik İlkeleri” ve 6112 sayılı yasa ile belirlenmiştir.

Yayıncılığın kalitesinin yükseltilmesi, özdenetimim özendirilmesi ve yayıncılık alanında yaşanan toplumun genelini etkileyen etik sorunlara çözüm getirilmesi amacıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) ile Televizyon Yayıncıları Derneği (TVYD) arasında 2007 yılında ortak bir çalışma başlatılmıştır. Medya etiği alanında çalışmaları bulunan akademisyenlerin katkılarıyla biçimlenen süreçte 12 maddeden oluşan “Yayıncılık Etik İlkeleri” hazırlanarak 3 Temmuz 2007’de kamuoyuna açıklanmıştır. Bu ilkeler arasında “Çocuk ve gençleri uygun olmayan içerikten korumaya özen göstermek” de yer almıştır. İlkelerden yola çıkarak yayıncılar için hazırlanan rehber kitapçıkta ise “Çocukların Habere Konu Edilmesi” başlığı altında şu kurallar yer almıştır:

- “Çocuklar haber konusu olduğunda, temel haklarının korunmasına özen gösterilmeli.
- Trajik olaylara ilişkin haberlere çocukların katılımı istenmemeli, bu haberlerde çocuklarla röportaj yapılmamalı, stüdyoya konuk olarak getirilmemeli, haberin tek tanığı çocuklarsa, ruh sağlıklarına zarar vermeyecek şekilde konuşulmalı, bu durumlarda mutlaka ebeveynlerinden izin alınmalı.
- Suça karışmış ya da problemlili çocuklarla ilgili haberlerde çocukların isimleri ve yüzleri gizli tutulmalı, çocukların karıştığı suçlarla ilgili haberlerde, “suçlu çocuk” yerine “suça karışmış”, “suça itilmiş çocuk” ifadeleri tercih edilmeli.
- Çocukların yargılanmasına ilişkin haberlerde mutlaka uzmanların danışmanlığına başvurulmalı.
- Çocuklar televizyona konuşmaya hevesli olabilir; ancak söyledikleri uzun vadede onların yaşamını olumsuz etkileyebilecek, zarar verebilecek ifadelerse, kullanılmamalı.”
- “Kurban ve mağdurların kimlikleri” başlığı altında da “Başta çocuklar olmak üzere, şiddete ya da cinsel istismara maruz kalmış kişilerin kimliği gizli tutulmalı.” ifadesine yer verilmiştir.
- “Çocuk İzleyiciler” başlığı altında da çocukların maruz kalabileceği zararlı içerik konusuna değinilmiştir:
- “Haber bültenlerinin, çocukların da ekran başında olduğu saatlerde yayınlandığı unutulmamalı; bu nedenle haber dilinde ve görüntülerde dikkatli ve özenli davranılmalı.
- Çocukların izlemesinin zararlı olabileceği durumlarda, haber başlamadan önce çocukların ekran başından uzaklaştırılması için uyarı yapılmalı.
- Çocukların da haberleri izlediği, haberlerden beklentileri olduğu göz önünde bulundurulmalı. Haber alma hak ve özgürlüğüne sahip oldukları unutulmamalı.”

Söz konusu ilkeler yanında 2011’de kabul edilen 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun da yayıncılık alanını yasal açıdan düzenlemektedir. Yasanın üçüncü bölümü Yayın Hizmeti İlkelerini belirlemektedir. Buna göre, yayın hizmetleri

“(1)-ğ. Çocuklara, güçsüzlere ve engellilere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez.”

Yine 6112 sayılı yasa çocukların korunması gerekçesiyle televizyon yayınlarının saatlerine yönelik bir düzenleme getirmiş, etik bir düzenleme olan koruyucu sembol kullanımını da zorunlu kılmıştır:

“(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 kullanılmadan 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.”

İlkelerden de anlaşılabilir gibi, Yayın İlkeleri çocuklara yönelik şiddet ve ayrımcılığı yasaklarken, onların gelişimlerine zarar verecek programlara maruz kalmalarını da engellemeye yöneliktir.

Yayın İlkeleri 2 Kasım 2011 tarihli Resmi Gazete’de yayınlanan “Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik”te daha ayrıntılı biçimde düzenlenmiştir. Yönetmelikte, çocuk ve gençlerin, yayınları izleme veya dinleme ihtimali olan 24:00-05:00 saat aralığı dışındaki zaman dilimi “korunmalı saatler” olarak tanımlanmıştır. Zararlı içerik ise, “Yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimini olumsuz etkileyebilecek türdeki yayın içeriği” olarak tanımlanmıştır.

RTÜK Yayın Hizmeti İlkeleri, sürekli olarak çocukların “fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimlerinin olumsuz etkilenmesinden” söz etmekte, ancak bu olumsuz etkiden kaçınmak için neler yapılması ya da yapılmaması gerektiğine somut olarak yer vermemektedir. Daha çok süre ve saat sınırlamaları getirerek etik sorunları yasa yoluyla çözmeye çalışmaktadır.

7. Yeni Medya ve Çocukların Korunması

Geleneksel medya çevresi aile merkezli olduğundan çocukların ebeveynler tarafından korunması ön planda olmasına karşın yeni medya bireysel bir etkinlik ortamı sunmaktadır (Timisi, 2011:144). Bu durum, bir yandan çocukların enformasyon ve bilgiye erişimini, diğer yandan da gelişim süreçlerine uygun olmayan iletişime maruz kalma olasılığını artırmaktadır.

Bilgiye ulaşma ve ifade özgürlüğü herkes için geçerli olmasına karşın, bu özgürlüklerin kullanılabilirliği toplumsal koşullar yaratılmadığı zaman çocukların da içinde bulunduğu belirli toplumsal gruplar eşitlik söylemi altında zarar görebilmektedir. Dolayısıyla sansür günümüzün demokratik toplumlarında kabul edilemez olmasına karşın çocuk pornografisi ve nefret söylemi gibi içeriklerin serbest dolaşıma girmemesi konusunda bir oydaşma vardır. Bu nedenle yeni medyada çocukların korunması ele alınırken, yasadışı içerikle zararlı içerik arasında ayırım yapılması gerekir. Yasadışı içeriğin sınırları hukuk kuralları tarafından çizilirken, çocukların zararlı içerikten korunması için etik kodlar geliştirilmesine çalışılmaktadır.

Binark ve Bayraktutan (2013: 39) yeni medyayla ilgili sorun alanlarını şöyle belirlemektedirler:

- Özel yaşamın gizliliği
- Telif/patent hakları
- İçeriğin asıl kaynağının gösterilmemesi
- Üretilen içeriklerin olgunlaşmadan ve doğruluğunun teyit edilmeden yayılması
- Kişisel verilerin güvenliğinin sağlanamaması
- Veri madenciliği
- Dijital gözetim
- Haber ve ticari enformasyonun sınırlarının belirsizleşmesi
- Yeni medya ortamındaki yoğun reklam içeriği
- Yanıltıcı etiketleme ve başlıklandırma
- Nefret söylemi
- Bireyin yeni medya ortamında sadece tüketici olarak konumlandırılması

Yeni medyanın çocuklara yönelik tehditleri daha çok özel yaşamın gizliliği, kişisel verilerin güvenliğinin sağlanamaması, nefret söylemi, sadece tüketici olarak konumlandırma gibi alanlarda ortaya çıkmaktadır. Özellikle nefret söylemi, yeni medya ortamının özelliklerinden dolayı çok daha kolay bir şekilde yaygınlaşarak, sıradanlaşarak dolaşıma girmekte; böylece her türlü ayrımcı ve dışlayıcı söylemsel pratikler kanıksanmakta, zaman içinde nefret suçlarına dönüşebilmektedir (Binark, 2010: 11). Yeni medyada çocuğun yasadışı ya da zararlı içeriğe maruz kalması son derece kolaylaşmıştır.

Çocukları korumaya yönelik olarak çeşitli kurum ve kuruluşların geliştirdiği internet kullanma rehberleri ya da filtreleme yazılımları bulunmaktadır. Ancak, etik olarak bakıldığında yeni medyada yayın yapan kuruluşların ya da meslek kuruluşlarının henüz çocuklara yönelik ilke ve davranış kuralları geliştirmede görülmemektedir. Bu konuda yararlanılabilecek bir kaynak BBC'nin Çocuklara İlişkin Yayıncılık İlkeleri'dir. Söz konusu ilkelerin "İnternette Çocukların korunması" başlıklı bölümünde, değişen teknolojilerden yararlanan çocukların ve gençlerin karşılaşabilecekleri olası riskleri ve bunları nasıl en aza indirebileceklerini anlamalarını sağlamak hedeflenmiştir. Bu hedef çerçevesinde internette çocukların korunmasının sorumluluğu BBC'nin ebeveynin/velinin ve çocuğun paylaşması gereken "ortak bir sorumluluk" olarak tanımlanmıştır.⁴

Yayıncılık ilkelerinde, sayısal kimlikleri güvenilir biçimde gösterecek bir yöntem geliştirilene kadar, kimliği belirsiz kişilerin düzenli olarak girip bilgi alışverişinde bulunduğu özel internet alanlarının

⁴ Bkz, <http://www.bbc.co.uk/turkish/ilkeler/ch9.pdf>, s.91

çocuklara uygun olmadığı, çünkü bu alanları çocuk kullanıcıları korumak üzere denetlemenin olanaksız olduğu belirtilmiştir.

İlkelerde ayrıca, kişisel bilgiler konusunda da uyarı yapılmıştır: “BBC sitesinin neresinde olursa olsun, çocuklar hakkında ne kadar kişisel bilgi topladığımıza, açıkladığımıza ve sakladığımıza dikkat etmemiz gerekir. Haklarında çok fazla bilgi yayınlanması çocukları tehlikeye atabilir.”

BBC'nin Çocuklara İlişkin Yayıncılık İlkeleri'nin üzerinde durduğu bir başka konu başlığı ise “Çocuklar, internet içeriği ve linkler”dir. Buna göre, “Çok sayıda çocuk ve genç çekici gelecek WEB sitelerinin içeriğinin uygunluğundan emin olunması” gerektiği belirtilerek, dikkat edilmesi gereken noktalar şöyle özetlenmiştir:⁵

- BBC ana sayfasındaki her şey, çocuklar da dahil, genel izleyicilere uygun olmalı ve normal olarak, BBC ana sayfasından ilk tıklanan link, kullanıcıyı doğrudan doğruya, genel izleyicilere uygun olmayan malzeme içeren bir sayfaya götürmemelidir.
- Çocuk izleyicileri çekmek üzere düşünülmüş bir radyo ya da televizyon programı için düzenlenmiş bir siteden, çocuklar için uygun olmayan içeriğe sahip bir radyo ya da televizyon programını konu alan başka bir siteye link verilmemelidir
- Ana sayfada tanıtımı yapılan ve internette indirilebilen canlı TV görüntüleri, normal olarak, ailelerin izleyebileceği türden olmalıdır
- Üçüncü kişilere ait sitelerin içeriğini kontrol etmeli ve oradan nerelere gidilebileceğine dikkat etmeliyiz
- Çocuk izleyiciler için açılmış, ancak moderatörü olmayan sohbet odalarına link vermemeliyiz
- Çocukları çekecek ve kullanıcıların yarattığı içeriğin sergilendiği sitelerin yanı sıra kullanıcıları yayınlamak üzere resim göndermeye davet eden alanları ön-moderasyona tabi tutarız.

BBC örneğinde olduğu gibi WEB üzerinden yayın yapan kurum ve kuruluşların çocuk haklarını göz önünde bulundurarak zamanla kendi yayıncılık ilkelerini geliştirecekleri düşünülebilir. Ancak, yeni medyanın ticari yapısı göz önünde tutulduğunda bu konuda iyimser olmak pek de olanaklı görünmemektedir.

- Yeni medyada çocuklara ilişkin bir başka düzenleme ise Birleştirilmiş Uluslararası Reklam ve Pazarlama İletişimi Uygulama Esasları'nda yer almaktadır. Esaslar'da “Dijital İnteraktif Medya Kullanılarak Gerçekleştirilen Reklam ve Pazarlama İletişim Faaliyetleri” Bölüm D'de düzenlenmiştir. Bu bölümde, Madde D5 “Dijital Pazarlama İletişim Faaliyetleri ve Çocuklar” başlığını taşımaktadır. Buna göre:
- Ebeveynler ve/veya vasiler, çocuklarının interaktif faaliyetlere katılmaları ve/veya bu faaliyetleri denetlemeleri konusunda teşvik edilmelidir.

⁵ Bkz, <http://www.bbc.co.uk/turkish/ilkeler/ch9.pdf>, s.92

- Çocuk olduğu bilinen kişilere ait tanımlanabilir kişisel bilgiler, yasaların ifşa etmeye izin verdiği durumlarda, sadece bir ebeveyn ya da yasal vasiden izin alınarak üçüncü kişilere ifşa edilebilir. Üçüncü kişiler, internet sitesine operasyonel destek sağlayan ve çocuğun kişisel bilgilerini başka bir amaçla kullanmayan ya da ifşa etmeyen ajansları ya da diğerlerini kapsamaz.
- Alkollü içkiler, kumar ya da tütün ürünleri gibi yaş kısıtlamasına tabi ürün ve hizmetlere yönelik internet siteleri, küçük yaşta kişiler için bu sitelere erişimini kısıtlamak için önlemler almalıdır.
- Belirli bir yaş grubundaki çocuklara yönelik dijital pazarlama iletişimi faaliyetleri, bu çocuklar için uygun nitelikte olmalıdır.

Sonuç

Türkiye’de medya alanındaki mevcut etik kodlara bakıldığında çocuklara ilişkin çocukları korumaya yönelik genel ilkeler geliştirildiği görülmektedir. İlkelerden yola çıkılarak oluşturulan davranış kuralları ise bazen kurum ya da kuruluşların yayınladıkları rehber kitapçıklarla bazen de UNICEF gibi örgütlerin çalışmalarında ortaya konmaktadır.

İletişim mesleklerine ilişkin olarak Türkiye’de var olan etik kodlarının büyük bölümü, çocukları korunması gereken ayrı bir toplum kesimi olarak ele almaktadır. Etik kodlarda çocuklara yönelik ilkelere yer verildiği, ancak bu ilkelerin yetersiz kaldığı, medyanın çocuklar üzerindeki olumsuz etkilerinin daha geniş bir toplumsal ve kültürel bağlamda değerlendirilerek, etik konusunun yeniden düşünülmesi gerektiği görülmektedir.

Bu çalışmada incelenen gazeteciliğe ilişkin kodlardan Basın Konseyi Basın Meslek İlkeleri ve Çağdaş Gazeteciler Derneği İlkelerinde daha genel kurallara yer verildiği için çocuklara yönelik özel ilkeler bulunmamaktadır. Daha ayrıntılı olan Basın Ahlak Esasları, DYH Yayın İlkeleri ve Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluklar Bildirgesi’nde ise çocukların korunmasına yönelik ilkeler getirilmiştir. Bu konuda en ayrıntılı düzenleme, Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluklar Bildirgesi’nde yer almaktadır. Bildirgede, hem habere konu olan hem de haber kaynağı durumundaki çocukların korunması gerektiği belirtilmiştir.

Türkiye Halkla İlişkiler Derneği’nin Meslek Ahlakı ilkeleri ise halkla ilişkilercilerin, çocukların güven duygularının, ruhsal ve fiziksel zayıflıklarının sömürülmemesini öngören bir ilke getirmiştir.

Reklam Özdenetim Kurulu’nun benimsediği Uluslararası Ticaret Odası Birleştirilmiş Uluslararası Reklam ve Pazarlama İletişimi Uygulama Esasları ise reklamlarda çocukların deneyimsizlik ve kolay inanabilmelerinin sömürülmemesini, reklamlarla tanıtımı yapılan ürünlerden zarar görmemelerini ve toplumsal değerlerin korunmasını içeren düzenlemeler getirmiştir.

RTÜK Yayın İlkelerinde de çocuklarla ilgili ayrıntılı düzenlemeler yer almaktadır. RTÜK, hukuka dayalı yaptırım uygulayan bir kurul olduğundan, getirdiği düzenlemeler bir özdenetim sistemi olarak değerlendirilmeyebilir. Ancak, çocukların televizyon izleme alışkanlıkları ve televizyon programlarının içeriğinden yetişkinlere oranla daha fazla etkilendikleri düşünüldüğünde, zarar görmelerinin önlenmesinin yalnızca etik kurallara dayanarak engellenemeyeceği açıktır. Dolayısıyla, Bir yandan Türkiye’deki iletişim mesleklerine ilişkin etik kodlarda yer alan çocukların

korunmasına yönelik ilkelerin yetersizliği göz önüne alınarak geliştirilmesi, daha sistemli hale getirilmesi ve iletişim mesleklerinde çalışanların etik bilincini artıracak çabaların gündeme gelmesi gerekmektedir. Diğer yandan da etik ilkelerin yaptırımının istenmeyen durumların önlenmesinde sınırlı bir etkiye sahip olduğu dikkate alınarak, etik ilkelerin yetersiz kaldığı durumlarda çocukların korunmasına yönelik bazı konuların yasal çerçevede ele alınarak değerlendirilmesi düşünülmelidir.

Çocukları korumaya yönelik etik ilkeler konusunda vurgulanması gereken bir nokta da medya etiği dendiğinde genellikle gazetecilik etiğinin anlaşılıyor olmasıdır. Ancak, gazeteciler medyaya içerik üreten profesyonellerden sadece bir kesimdir. Etik ilkelerin daha işlevsel olabilmeleri için kapsamlarının, medyaya içerik üreten her profesyoneli içerecek biçimde genişletilmesi gerekmektedir.

Medya profesyonellerinin çocuk hakları ve etik konusundaki bilinçlerinin geliştirilmesi bakımından medya okuryazarlığı ve genel etik dersleri yanında UNICEF'in katkılarıyla iletişim fakültelerinin müfredatlarına konan Çocuk Hakları ve Gazetecilik Uygulamaları gibi dersler de önemli olmaktadır.

Çocukların korunmasına yönelik etik davranış kodları konusunda vurgulanması gereken bir nokta da bu kodların giderek daha ayrıntılı hale gelmekte oluşudur. Ayrıntılı etik kodların uygulanabilirliğinin artırılması ise gazetecilik alanında uzmanlaşmayı gerektirmektedir. Çocuk hakları konusunda uzmanlaşmış gazeteciler, etik davranış kurallarını uygulamakta daha bilinçli davranacaklardır. Dolayısıyla gazetecilerin bu konudaki eğitimlerine önem verilmelidir. Ayrıca, medya kuruluşlarındaki okur temsilcileri ve yayın temsilcileri de çocuk hakları konusunda bilinçlendirilmelidir.

Yeni medya konusunda ise anne-babalar yanında çocukların da bilinçlendirilmesi önem kazanmaktadır. Dolayısıyla çocuklara yönelik bir yeni medya okuryazarlığı dersinin planlanması da gereksinim olarak ortaya çıkmaktadır.

Üzerinde durulması gereken bir başka nokta ise, çocuk haklarına duyarlı medya dendiğinde daha çok çocukların medyadan ve medyada korunması anlaşılmakta, ancak çocukların kendilerini ifade etme, düşüncelerini açıklama ve medyadan gereksinimleri olan bilgiyi edinme hakları üzerinde çok durulmamaktadır. Bu nedenle çocukların ifade ve bilgi edinme haklarını bir sorumluluk olarak tanımlayan yeni ilkelerin de etik kodlarda vurgulanması, medyanın çocuklara ilişkin sorumlulukları açısından anımsatıcı ve yol gösterici olacaktır.

Kaynakça

6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=5a3cac1e-b6d9-4b23-bc7a-8dcd671fceb3. Erişim Tarihi: 26.04.2014.

Alankuş, Sevda (der.) (2007). Çocuk Odaklı Habercilik, İstanbul: IPS İletişim Vakfı Yayınları.

Alemdar, K. ve R. Uzun (2013). Herkes İçin Gazetecilik, İstanbul: Tanyeri.

Basın Konseyi Basın Meslek İlkeleri, <http://www.basinkonseyi.org.tr/basin-meslek-ilkeleri>. Erişim Tarihi: 26.04.2014.

BBC'nin Çocuklara İlişkin Yayıncılık İlkeleri, <http://www.bbc.co.uk/turkish/ilkeler/ch9.pdf>. Erişim Tarihi: 15.05.2014.

Binark, M (2010). Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Tüketilmesi, Yeni Medyada Nefret Söylemi içinde, haz. Tuğrul Çomu, İstanbul: Kalkedon, s.11-53.

Binark, M. ve G. Bayraktutan (2013). Ayın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik. İstanbul: Kalkedon.

Birleştirilmiş Uluslararası Reklam ve Pazarlama İletişimi Uygulama Esasları, <http://rok.org.tr/urue.html>. Erişim Tarihi: 02.09.2014.

Çağdaş Gazeteciler Derneği Üyelerinin Uyması Öngörülen Gazetecilik İlkeleri, <http://www.cgd.org.tr/index.php?Did=242>. Erişim Tarihi: 26.04.2014.

Çocuk Hakları ve Gazetecilik Uygulamaları: Hak Temelli Perspektif (2007). UNICEF-Dublin Teknoloji Enstitüsü.

Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, http://www.unicef.org/turkey/crc/_cr23b.html. Erişim Tarihi: 26.04.2014.

Doğan Grubu Yazılı Medya Yayın İlkeleri, <http://okurtemsilcisi.hurriyet.com.tr/Yayinllkelerimiz.aspx>. Erişim Tarihi: 14.07.2014.

Harris, Nigel G.E. (1998). "Gazeteciler için Davranış Kodları", Medya ve Gazetecilikte Etik Sorunlar içinde, Der. A. Belsey ve R. Chadwick, İstanbul: Ayrıntı: 85-101.

Mülga 3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=8e56c98d-e0fd-4c25-a9c4-1c615a431b71. Erişim Tarihi: 14.07.2014.

Timisi, Nilüfer (2011). Medyada Çocukları Koruyucu Önlemler, Çocuk Hakları ve Medya içinde, Haz. M. R. Şirin, İstanbul: Çocuk Vakfı Yayınları, s. 141-160.

Tühid Meslek İlkeleri, <http://www.tuhid.org/tuhid-meslek-ilkeleri.html>. Erişim Tarihi: 14.07.2014.

Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi, <http://www.tgc.org.tr/bildirge.asp>.

Uzun, Ruhdan (2011). İletişim Etiği, Sorunlar ve Sorumluluklar. Ankara: Dipnot.

Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=d1357d3f-cb56-47db-8e6f-f2d8bfd144f. Erişim Tarihi: 15.08.2014.