



**T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI**

**RADYO, TELEVİZYON VE İNTERNET
YAYINCILIĞINDA ÇOCUKLARIN VE GENÇLERİN
KORUNMASINA YÖNELİK DÜZENLEME VE
DENETLEME İLKELERİ: TÜRKİYE VE İNGİLTERE
ÖRNEĞİNDE KARŞILAŞTIRMALI BİR İNCELEME**

**Hazırlayan
İbrahim USLU**

**Danışman
Prof. Dr. Hakan AYDIN**

Doktora Tezi

Eylül 2022, KAYSERİ

**T.C.
ERCIYES ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GAZETECİLİK ANABİLİM DALI**

**RADYO, TELEVİZYON VE İNTERNET
YAYINCILIĞINDA ÇOCUKLARIN VE GENÇLERİN
KORUNMASINA YÖNELİK DÜZENLEME VE
DENETLEME İLKELERİ: TÜRKİYE VE İNGİLTERE
ÖRNEĞİNDE KARŞILAŞTIRMALI BİR İNCELEME
(Doktora Tezi)**

**Hazırlayan
İbrahim USLU**

**Danışman
Prof. Dr. Hakan AYDIN**

Eylül 2022, KAYSERİ

BİLİMSEL ETİĞE UYGUNLUK

Bu çalışmadaki tüm bilgilerin, akademik ve etik kurallara uygun bir şekilde elde edildiğini beyan ederim. Aynı zamanda bu kural ve davranışların gerektirdiği gibi, bu çalışmanın özünde olmayan tüm materyal ve sonuçları tam olarak aktardığımı ve referans gösterdiğimi belirtirim.

İbrahim USLU

İmza



T.C.

ERCIYES ÜNİVERSİTESİ

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü

Anabilim Dalı : Gazetecilik

Program Adı : Doktora

Tez Başlığı : Radyo, Televizyon ve İnternet Yayıncılığında Çocukların ve Gençlerin Korunmasına Yönelik Düzenleme ve Denetleme İlkeleri: Türkiye ve İngiltere Örneğinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme

Yukarıda bilgileri verilen tez çalışmasının a) Giriş, b) Ana bölümler ve c) Sonuç kısımlarından oluşan (Kapak, Ön söz, Özet, İçindekiler ve Kaynakça hariç) toplam 157 sayfalık kısmına ilişkin 22.09.2022 tarihinde **Turnitin** intihâl programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan özgünlük raporuna göre tezin benzerlik oranı: % 22' dir.

Filtrelemeye **alıntılar dâhil** edilmiştir. Filtrelemede **yedi (7) kelimedenden daha az** örtüşme içeren metin kısımları hariç tutulmuştur.

Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez İntihâl Raporu Uygulama Esaslarını inceledim ve bu uygulama esaslarında belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmasının herhangi bir intihâl içermediğini, aksinin tespit edilmesi durumunda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim. 22.09.2022

Danışman: Prof. Dr. Hakan AYDIN

Öğrenci: İbrahim USLU

KILAVUZA UYGUNLUK

“Radyo, Televizyon ve İnternet Yayıncılığında Çocukların ve Gençlerin Korunmasına Yönelik Düzenleme ve Denetleme İlkeleri: Türkiye ve İngiltere Örneğinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme” başlıklı Doktora Tezi, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Lisansüstü Tez Yazım Kılavuzuna uygun olarak hazırlanmıştır.

Hazırlayan

İbrahim USLU

Danışman

Prof. Dr. Hakan AYDIN

Gazetecilik ABD Başkanı

Prof. Dr. Hakan AYDIN

KABUL VE ONAY TUTANAĞI

Prof. Dr. Hakan AYDIN danışmanlığında **İbrahim USLU** tarafından hazırlanan “**Radyo, Televizyon Ve İnternet Yayıncılığında Çocukların ve Gençlerin Korunmasına Yönelik Düzenleme ve Denetleme İlkeleri: Türkiye ve İngiltere Örneğinde Karşılaştırmalı Bir İnceleme**” adlı bu çalışma jürimiz tarafından Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü **Gazetecilik** Anabilim Dalı’nda **Doktora** tezi olarak kabul edilmiştir.

(Tez Savunma Sınav Tarihi yazılacak)

JÜRİ:

Danışman :
Üye :
Üye :
Üye :
Üye :

ONAY:

Bu tezin kabulü Enstitü Yönetim Kurulu'nun /.... /..... tarih ve sayılı kararı ile onaylanmıştır.

..... /..... /

Prof. Dr. Atabey KILIÇ

Enstitü Müdürü

ÖN SÖZ

İnsan hayatında önemli bir süre tutan doktora sürecini anlamlandıran şey katma değeri yüksek ve birçok kişinin hayatına dokunan bir doktora tezini ortaya koyabilmektir. Bu tez çalışmasının ilgili kurum ve kuruluşların çalışmalarında dikkate alınabilecek önemli sonuç ve önerilere sahip olduğuna dair kuvvetli bir inancım bulunmaktadır.

Bu çalışmanın yazılması sürecinde değerli fikirleriyle yapıcı yönlendirmelerde bulunan Danışmanım Sayın Prof. Dr. Hakan AYDIN'a, değerli vakitlerini aldığım eşime ve çocuklarıma, tezimi yazarken fikirlerini esirgemedikleri ve motive edici oldukları için RTÜK'teki değerli çalışma arkadaşlarıma şükranlarımı sunarım.

İbrahim USLU, Ankara, 2022

**RADYO, TELEVİZYON VE İNTERNET YAYINCILIĞINDA ÇOCUKLARIN
VE GENÇLERİN KORUNMASINA YÖNELİK DÜZENLEME VE
DENETLEME İLKELERİ: TÜRKİYE VE İNGİLTERE ÖRNEĞİNDE
KARŞILAŞTIRMALI BİR İNCELEME**

İbrahim USLU

**Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü
Doktora Tezi, Eylül, 2022
Danışman: Prof. Dr. Hakan AYDIN**

ÖZET

Türkiye ve Birleşik Krallık'taki yetkili kurumların çocuk ve gençlerin korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Bu çerçevede söz konusu ilkelerin spesifik olarak değerlendirilmesi ile benzeşen ve ayrışan yönlerinin ortaya konması amaçlanmaktadır. Türkiye ve İngiltere özelinde, çocuk ve gençlerin radyo, televizyon ve internet yayınlarının etkilerinden korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerinin daha önce ele alınmamış olması çalışmanın özgün yönünü teşkil etmektedir. Nitel bir araştırma karakterindeki çalışmada doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini iki ülkenin de mevzuatının ortaklaştığı uluslararası sözleşmeler ile Türkiye ve İngiltere'deki mevzuat oluşturmaktadır. Verilerin analiz edilmesinde betimsel analiz yaklaşımı kullanılmış; analiz süreci, araştırma sorularının öncülüğünde tematik olarak gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda Türkiye ve İngiltere'nin ortak uluslararası yönergeler çerçevesinde kısmi benzer uygulamalara sahip olmakla birlikte özgün yayın ilkeleri ve çalışma yöntemlerinin bulunduğu görülmektedir. İngiltere'de, çocuğun yüksek yararı ilkesinin, tüm kamu kurum ve kuruluşlarıyla beraber özel sektörün de ürün ve hizmetlerinin sunumunda göz önünde bulundurması beklenmektedir. Türkiye'de ise görsel-işitsel yayınların düzenlenmesi ve denetiminde yetkili kurum olan Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun çeşitli kamu kurumları ve sivil toplum kuruluşlarıyla koordineli bir şekilde çocuk ve gençlerin zararlı yayınlardan korunması yönünde, geniş yelpazede bilinçlendirme girişimleri ortaya koyduğu ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Çocukların Korunması, Yayıncılık, Yayın İlkeleri, Türkiye, İngiltere.

**PRINCIPLES OF REGULATION AND SUPERVISION FOR THE
PROTECTION OF MINORS AND YOUTH IN RADIO, TELEVISION AND
INTERNET BROADCASTING: THE CASE OF TURKEY AND THE UNITED
KINGDOM AS A COMPARATIVE STUDY**

İbrahim USLU

**Erciyes University, Graduate School of Social Sciences
PhD Thesis, September 2022
Supervisor: Prof. Dr. Hakan AYDIN**

ABSTRACT

The main subject of this study is based on a comparative analysis of the regulation and supervision principles of the authorized institutions in Turkey and the United Kingdom for the protection of children and young people. In this framework, the study aims to evaluate specific principles and identify similarities and differences. The unique aspect of the study is that the regulation and supervision principles for the protection of children and young people from the effects of radio, television, and internet broadcasts in Turkey and the United Kingdom have not been discussed before. The document analysis method was used in a qualitative research study. The universe of the research involves international agreements in which the legislation of both countries is common and the legislation in Turkey and the UK. Descriptive analysis approach was used in the analysis of the data; the analysis process was conducted thematically under the research questions. In this context, it is observed that although Turkey and the UK have partially similar practices within the framework of common international guidelines, they have unique broadcasting principles and working methods. In the United Kingdom, the principle of the best interests of the child is expected to be considered in the presentation of products and services of the private sector as well as all public institutions and organizations. In Turkey, it can be stated that the Radio and Television Supreme Council, the regulatory body for the regulation and supervision of audio-visual broadcasts, put forward a wide range of awareness-raising initiatives to protect children and youth from harmful content in coordination with various public institutions and non-governmental organizations.

Keywords: Children's Protection, Broadcasting, Broadcasting Principles, Turkey, The United Kingdom.

İÇİNDEKİLER

RADYO, TELEVİZYON VE İNTERNET YAYINCILIĞINDA ÇOCUKLARIN VE GENÇLERİN KORUNMASINA YÖNELİK DÜZENLEME VE DENETLEME İLKELERİ: TÜRKİYE VE İNGİLTERE ÖRNEĞİNDE KARŞILAŞTIRMALI BİR İNCELEME

ETİĞE UYGUNLUK	i
TEZ ÖZGÜNLÜK SAYFASI.....	ii
KILAVUZA UYGUNLUK	iii
KABUL VE ONAY TUTANAĞI	iv
ÖN SÖZ	v
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
SİMGELER ve KISALTMALAR LİSTESİ	xii
TABLolar LİSTESİ	xiii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
GİRİŞ.....	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ÇOCUK VE GENCİN TANIMI VE MEDYANIN ÇOCUKLAR İLE GENÇLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

1.1. Çocuk ve Gencin Tanımı: Kavramsal Çerçeve	6
1.1.1. Ulusal ve Uluslararası Mevzuatta Çocuk ve Genç Tanımları ile Dönemleri	7
1.1.2. Savunmasız Çocuk Kavramı.....	8
1.1.3. Çocuğun Yüksek Yararı Kavramı	9
1.1.4. Genç Kavramı.....	11
1.2. Görsel-İşitsel Medyanın Çocuk ve Gençler Üzerindeki Etkileri.....	12
1.2.1. Şiddet Eğilimlerine Etkisi.....	12
1.2.2. Toplum ve Ebeveyn ile İlişkileri Üzerine Etkisi	15
1.2.3. Tüketim Davranışları Üzerine Etkisi	16
1.2.4. Rol Tanımlaması ve Karşı Cinsle İlişkiler Üzerine Etkisi.....	17
1.2.5. Kültürel Yabancılaşmaya Etkisi	18
1.2.6. Dil ve Konuşma Üzerine Etkisi	19
1.2.7. Zihinsel Gelişim ve Başarıya Etkisi	21

1.2.8. Kişilik Oluşumundaki Etkisi.....	22
1.2.9. Kurmaca ve Gerçek Hayat Algısına Etkileri	24
1.2.10. Duyarsızlaştırma Üzerine Etkisi	26
1.2.11. Arzu Edilmeyen İstikamete Yönlendirmedeki Etkisi	26
1.2.12. Sağlıklı Beslenme, Yeme Alışkanlıkları ve Obezite Üzerine Etkisi	28
1.2.13. Eğitim Sürecindeki Etkileri	31
1.2.14. Uyku Düzenine Etkileri	33

İKİNCİ BÖLÜM

ÇOCUKLARIN VE GENÇLERİN KORUNMASINA YÖNELİK TÜRKİYE’NİN DÜZENLEME VE DENETLEME İLKELERİ

2.1. Metodoloji.....	36
2.1.1. Araştırmanın Konusu ve Problemi	36
2.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi	37
2.1.3. Araştırmanın Varsayımları	37
2.1.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları.....	38
2.1.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi.....	38
2.1.6. Araştırmanın Yöntemi	39
2.1.7. Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi	40
2.1.8. Araştırma Soruları	41
2.1.9. Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenirliği Hakkında	41
2.2. Bulgular ve Verilerin Analizi	43
2.3. Uluslararası Düzenleme ve Denetleme İlkeleri	44
2.3.1. Birleşmiş Milletler - Çocuk Haklarına Dair Sözleşme	44
2.3.2. Avrupa Sınır-ötesi Televizyon Sözleşmesi.....	45
2.3.3. Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi/Yönergesi.....	47
2.4. Ulusal Düzenleme ve Denetleme İlkeleri	49
2.4.1. Anayasa’da Yer Alan Düzenleme ve Denetleme İlkeleri.....	49
2.4.2. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun Düzenleme ve Denetleme İlkeleri	51
2.4.3. Diğer Mevzuat Kapsamında Çocukların ve Gençlerin Korunması ile İlgili Düzenlemeler.....	66

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNGİLTERE'DE ZARARLI YAYINLARDAN ÇOCUKLARIN VE GENÇLERİN KORUNMASINA YÖNELİK DÜZENLEME VE DENETLEME İLKELERİ İLE UYGULAMALARI

3.1. İngiltere’de Mevcut Görsel-İşitsel Yayıncılığa Dair Bazı Veriler	86
3.2. Yayın İçeriği Mevzuatı Tarihçesi	88
3.3. İngiltere’deki Denetleyici ve Düzenleyici Kuruluş: Ofcom	89
3.4. Ofcom Yayıncılık Yönetmeliği (The Ofcom Broadcasting Code).....	90
3.4.1. Ofcom Yayıncılık Yönetmeliği Birinci Bölüm: 18 Yaş Altı Çocukların Korunması	91
3.4.2. Ofcom Yayıncılık Yönetmeliği İkinci Bölüm: Zarar Verici İçerik ve Suç	103
3.5. Ofcom Tarafından Uygulanan Müeyyide Örnekleri.....	106
3.5.1. Müeyyide 1:	107
3.5.2. Müeyyide 2:	108
3.5.3. Müeyyide 3:	108
3.5.4. Müeyyide 4:	109
3.5.5. Müeyyide 5:	110
3.5.6. Müeyyide 6:	110
3.5.7. Müeyyide 7:	111
3.5.8. Müeyyide 8:	111
3.5.9. Müeyyide 9:	112
3.6. Ofcom Araştırma Raporları ve Sonuçları	112
3.6.1. 18 Yaş Altı Çocukların Korunması: Televizyon ve Müzik Videolarında Saat Dilimi Gözlemi.....	113
3.6.2. Araştırma Sonuçları: Çocuklar ve Ebeveynler (Medya Kullanımı ve Tutumları- 2019).....	114
3.7. Avrupa Birliği Uygulamaları ve Birleşik Krallık	116
3.7.1. Koruyucu Önlemler	117
3.7.2. Yayıncılık Faaliyetindeki Tedbirler.....	118
3.7.3. Birleşik Krallık’ta Yayın İçeriği Uyarı Sistemi ve Bazı Örnek Uygulamalar	119
3.8. BBC Yayın Yönergesi	125
3.9. Video Paylaşım Platformlarının Düzenlenmesi ve Denetlenmesi.....	126

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM
TÜRKİYE VE İNGİLTERE’NİN DÜZENLEME VE DENETLEME İLKELERİNİN
KARŞILAŞTIRILMASI

4.1. Karşılaştırma Öncesi Kısa Bilgilendirme	128
4.2. Korunması Gereken Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırma	130
4.3. Ticari İletişim İlkelerinin Karşılaştırılması	131
4.3.1. İngiltere’deki Kamu Hizmeti Yayıncılarının Ticari İletişim İlkeleri	134
4.4. Korumalı Saatler Dilimlerinin Karşılaştırılması	135
4.5. Koruma Sembollerinin Karşılaştırılması	137
4.5.1. İngiltere’de Bazı Yayın İçeriklerinin Belli Vakitlerde Engellenmesi	140
4.6. Türkiye’de Özgün Şekilde Yürütülen Çalışmalar	141
4.6.1. Çocuk Dostu Yayıncılık Çalıştayı	141
4.6.2. Medya Okuryazarlığı Dersleri	141
4.6.3. Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayları	142
4.6.4. Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesi	143
4.7. İngiltere’de Video Paylaşım Platformlarının Düzenlenmesi ve Denetlenmesi	143
4.8. İngiltere’de İnternet Yayınlarını Lisanslama ve Denetim Altına Alma Planları ...	144
SONUÇ ve ÖNERİLER	146
KAYNAKÇA.....	158

SİMGELER ve KISALTMALAR LİSTESİ

AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
A.g.e.	: Adı Geçen Eser
A.g.k.	: Adı Geçen Kaynak/Kanun
A.g.y.	: Adı Geçen Yönetmelik
BBFC	: British Board of Film Classification-BBFC (İngiliz Film Tasnif Kurumu)
ERGA	: Avrupa Birliği Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Düzenleyici Grubu
Ofcom	: Office of Communications- Birleşik Krallık Yayıncılık Otoritesi
RTÜK	: Radyo ve Televizyon Üst Kurulu
TCK	: Türk Ceza Kanunu
TRT	: Türkiye Radyo-Televizyon Kurumu

TABLÖLER LİSTESİ

Tablo 2.1:	Türkiye’de yayıncı türlerine göre özel medya hizmet sağlayıcıların yaptığı aktif yayın sayıları.....	43
Tablo 2.2:	Türkiye’de internet ortamından yayın yapan özel medya hizmet sağlayıcılara verilen lisans ve izin sayıları.....	44



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1:	RTÜK Koruyucu Sembol Sistemi.....	60
Şekil 3.1:	Birleşik Krallık Ev abonelikleri-Netflix, Amazon Prime Video ve Disney+ aboneleri arasında birden fazla abonenin oranı	87
Şekil 3.2:	Birleşik Krallık'taki 3-17 Yaş Çocuk ve Gençlerin 2020-2021 Yılları İlk Çeyreklerinde İzleme Alışkanlıkları	88
Şekil 3.3:	BBC “G for Guidance” (rehber) örneği: “Rehber-cinsel içerik ve şiddet içerir.”.....	122
Şekil 3.4:	ITV uyarı sistemi örneği: “Rehber: Kaba dil içerir.”.....	123
Şekil 3.5:	Channel 4 (Kanal 4) uyarı sistemi: “Rehber- Aşırı kaba dil ve yetişkinlere yönelik mizah. Bu program genç izleyiciler için uygun değildir. Lütfen 18 yaş üstü olduğunuzu doğrulayın.”.....	124
Şekil 4.1:	Britanya Film Sınıflandırma Kurulu’nun Sınıflandırma Sembolleri	137
Şekil 4.2:	RTÜK Akıllı İşaretler Sistemine Ait Koruyucu Semboller	140

GİRİŞ

İnsan, sosyal bir varlıktır ve hayatını bir toplum içinde sürdürür. Bu açıdan toplumsal ve kültürel değerler, normlar, etik kodlar gibi normatif kurallar, sosyalleşme aracı olarak hizmet eder. Birey, mevcut sosyal ve kültürel ortamın içinde şekillenir ve statü oluşturur. Kitle iletişim araçlarına da sosyalleşmeyi oluşturmak¹ ve toplumsal yapının devamını sağlamak için ihtiyaç duyulmaktadır². Ayrıca kitle iletişim araçları kültürleme-toplumsallaştırma aracı olarak bireye hayatı boyunca dışına pek çıkamayacağı bir kişilik yapısının kazandırılmasında önemli bir işlev görür³. Kişi, televizyon başta olmak üzere kitle iletişim araçlarıyla üretilen temsiller üzerinden kültürel ve sosyal değerlerini yeniden şekillendirir. Bilhassa çocuklar ve gençlerde söz konusu süreçler çok daha dinamik bir şekilde seyreder. TV başta olmak üzere medyanın çocukların ve gençlerin psikososyal gelişim, fiziksel ve zihinsel sağlıkları üzerinde derin etkileri bulunmaktadır. Kişilik ve karakter yapısının henüz oturmadığı, doğru ve yanlış konusunda nirengi noktaları bulunmayan çocuklarda var olanı sorgulamadan kabul etme anlayışı yaygındır.

Bir nesil önce ebeveynler radyo ve TV'nin etkileri konusunda endişeliyken artık "ekran süresi" endişe kaynağı haline gelmiştir. "Ekran Süresi" denildiğinde TV'nin yanında bilgisayarlar, akıllı telefonlar, dijital pedler/tabletler ve video oyunları da anlaşılmaktadır. Çocukların ve ergenlik dönemindeki gençlerin ekrana ilgisinin keskin bir şekilde arttığı bir dönemin içerisindeyiz. Teknolojik gelişmelerin arttığı 21. yüzyıl,

¹ Morgan Michael, James Shanahan and Nancy Signorielli, "Growing up with television: Cultivation processes", içinde *Media Effects*. Editörler, Jennings Bryant and Mary Beth Oliver, (New York and London: Routledge, 2008), 34.

² Ersoy Soydan ve Nuray Alpaslan, "Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi", *Istanbul Journal of Social Sciences*. 7 (2014):55.

³ Ümit Sarı, "Kitle Kültürü ve Popüler Kültür Bağlamında, Kitle İletişim Araçlarının Kitle Kültürüne Etkileri: Örnek Olarak Popstar Türkiye Yarışması" (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, 2006), 19.

çocuk ve gençler açısından fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar verebilecek yoğun tehditleri de beraberinde getirmektedir. Söz konusu tehditleri bertaraf edebilmek veya azaltabilmek için uluslararası ve ulusal düzeyde yasal mevzuatların ve denetim mekânizmalarının ortaya konulduğu görülmektedir.

Başta ebeveynler olmak üzere toplumun önemli bir çoğunluğunun medyanın çocuklar ve gençler üzerindeki etkileri hakkında haklı endişeleri bulunmaktadır. Bu endişeleri doğrulayıcı nitelikte araştırmalar ve gözlemler medyanın farklı denetimlere ve ilkelere tabi olarak yayınlarını icra etmesi ve sürdürmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

Medyanın çok çeşitli hedef kitlesi vardır. Çocuklar ve gençler bir medya tüketicisi olarak önemli bir kitleyi teşkil etmektedir. Ayırt etme güçlerinin zayıf olması, fiziksel ve zihinsel olarak gelişimlerini tamamlamamış olmaları üretilen içeriklerden çok daha fazla etkilenmelerine neden olmaktadır. Bu durum gelecek hayatlarında onları olumsuz yönde etkileyecek olaylara zemin hazırlayabilir. Bu açıdan çocukların olumsuz örnek teşkil edecek medya içeriklerine karşı korunması gerekmektedir.

Çocuklar ve gençler sadece medyanın pasif birer tüketicisi değil, aynı zamanda gerek reklamlarda gerek dizi filmlerde gerekse muhtelif türdeki programlarda birer medya öznesi rolüne de sahiptir. Dolayısıyla çocuk medya ilişkisi sadece çocuğun pasif olarak medya içeriğine maruz kalması üzerinden değerlendirilmemelidir. Özellikle çocuk ve gençlerde televizyonda tanınır olmanın getirdiği ışıltılı dünyaya kapılıp anlık olarak elde edilen şöhretin sürekli devamının geleceği sanısı çoğu zaman bir hayal kırıklığının ötesinde travmalara da sebep olabilmektedir.

"Anlam kurma süreci" üstlenen TV⁴ diğer kitle iletişim araçlarında olduğu gibi değer yargılarını da izleyiciye görüntülerle beraber aktarmaktadır⁵. Bunun yanında kitle iletişim araçları medya sahiplerinin ve onları destekleyenlerin çıkarlarına hizmet edecek şekilde toplumsal rızayı inşa etmek için yapılandırılmakta;⁶ gücü elinde bulunduran devletin ve egemen elitlerin kültürel ve egemen ideolojisine göre şekillendirilmektedir⁷.

⁴ Erol Mutlu, *Televizyonu Anlamak* (Ankara: Ayraç Yayınları, 1991), 14.

⁵ Esra Arsan ve Savaş Çoban, *Medya ve İktidar: Hegemonya, Statüko, Direniş: İnceleme* (İstanbul: Evrensel Basım Yayın, 2014), 11.

⁶ Edward Herman ve Noam Chomsky, *Rızanın İmalatı, Kitle Medyasının Ekonomi Politikası*. çev: Ender Abadoğlu. (İstanbul: Bgts Yayınları, 2017), 15.

⁷ Louis Althusser, *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. çev. Alp Tümerterkin. (İstanbul: İthaki Yayınları, 2006), 75.

Bizatihi yapısı itibariyle uhdesinde mesajları barındıran⁸ girift yapısı ile kitle iletişim araçları karşısında çocuklar izleyici ve dinleyici kitlenin en savunmasız olan kesimlerindendir.

Çocuk ve gençlerin izleme eylemini daha fazla yerde ve istedikleri zamanda gerçekleştirebilme imkânı elde edebildiği bir teknolojik gelişim içerisindeyiz. Bu gelişim, geleneksel medyanın teknolojik ilerlemenin bir ürünü olan yakınsama imkânı ile artık televizyonların yalnızca evden değil arabada, yolda, okulda; gece ve gündüz istenilen bir zamanda izlenebildiği bir dönemi ifade etmektedir.

Farklı noktaların birbirine yakınlaştırılması veya entegre edilmesi (bütünleşmesi) olarak tanımlanabilen “yakınsama (convergence)” kavramı birçok sektöre uyarlanabilmektedir.⁹ Medya sektöründeki genelgeçer sınırları aşan bir imkâna kavuşturan yakınsama teknolojileriyle tüm iletişim hizmetleri kopukluk yaşanmaksızın farklı platformlar yoluyla etkileşimli (interaktif) şekilde hizmet verebilir hale gelmiştir. Telekomünikasyon ve bilişim hizmetlerini tek çatı altında buluşturan hizmetlerden nasiplen kitle iletişim araçları da TV ve radyo yayınlarını eş zamanlı olarak internet tabanlı uygulamalar ve internet yayını üzerinden aktarabilme ve etkileşimli yayın yapabilme şansına erişmiştir. Yakınsama ve dijital teknolojilerdeki gelişmelerin daha da ilerlemesinin getireceği avantajlardan birisi de özellikle TV ve internet tabanlı uygulamalar arasındaki çok yüksek seviyedeki penetrasyon imkânının sağlanabilmesidir. Avrupa Komisyonu tarafından 1997 tarihli Yeşil Kitap’ta (Green Paper) geleceğe yönelik öngörüler sıralanırken bu durum da göz önünde bulundurulmuş ve Web-TV gibi sistemsel çözümlerin TV ve dijital uydu veya kablolu/kablosuz modemler aracılığıyla yoğun çevrimiçi hizmetler de sunabileceği tahmininde bulunulmuştur¹⁰.

Avrupa Komisyonu’nun öngörülleri gerçek hayatta karşılık bulmaya devam ederken, yakınsamanın üst düzeyde olduğu internet yayıncılığının izlenmesinde çocuk ve gençlerin teknolojiyi daha fazla takip ettiği ve geleneksel medyaya oranla daha çok tercih ettikleri görülmektedir. Geleneksel yayıncılığa oranla denetimi daha zor bir alan olan

⁸ Marshall McLuhan, *Understanding Media, The Extensions of Man* (London and New York: Mc Graw Hill Book Company, 1964) 7.

⁹ Mürüvvet Göksu Karınca, Telekomünikasyonda Yakınsama Kavramı, *Ankara Barosu Dergisi*, (4), 2013, s. 263. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/abd/issue/33813/374445>

¹⁰ European Commission, Green Paper On The Convergence Of The Telecommunications, Media And Information Technology Sectors, and The Implications For Regulation, Brussels, COM(97)623, 3 December 1997, s.34.

internet ortamı çocuk ve gençlerin korunması konusunda daha farklı çabalara ve mevzuata ihtiyaç duyulmasına yol açmıştır.

Televizyon ve internet yayıncılığından çocuk ve gençleri tamamen uzak tutabilmek mümkün değildir. Yasal mevzuatlar ve birtakım cezai müeyyideler yoluyla da zararlı yayınların tümüyle izalesi yine mümkün görünmemektedir. Özellikle ebeveynlerin ve okul ortamında çocukların birer medya okuryazarı olarak yetişmesi, otokontrol yeteneği kazandırılabilmesi ve küçük yaşlardaki çocukların ise ebeveyn kontrolünde olup ne izleyecekleri ve ne kadar izleyeceklerinin kontrolü önemli konumunu sürdürmeye devam etmektedir¹¹.

Bu çerçevede Türkiye ve Birleşik Krallık'taki yetkili kurumların çocuk ve gençlerin korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerinin karşılaştırmalı olarak incelenmesi bu çalışmanın konusunu oluşturmaktadır. Söz konusu ilkelerin spesifik olarak değerlendirilmesi ile benzeşen ve ayrışan yönlerinin ortaya konması da çalışmanın temel amacını teşkil etmektedir. Türkiye ve İngiltere özelinde, çocuk ve gençlerin radyo, televizyon ve internet yayınlarının etkilerinden korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerinin daha önce ele alınmamış olması çalışmanın özgün yönüdür.

Bu çalışmada yararlanılan çalışmalar ağırlıklı olarak ulusal ve uluslararası mevzuattan oluşmaktadır. Bunun yanında İngiltere'de yürürlükte olan ve RTÜK benzeri otorite olan Ofcom tarafından uygulanan yasal metinler de ele alınmıştır. Türkiye ve İngiltere'de çocukların ve gençlerin zararlı yayınlardan korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerinin karşılaştırmasını konu alan bir akademik çalışma bulunmamaktadır.

Yükseköğretim Kurulu Tez Arşivi'nde "yayın ilkeleri" kelime grubunun taranması sonucu bulunan üç sonucun da mülga mevzuat dönemine ait olduğu görülmektedir. Bu nedenle bu çalışmanın birinci bölümü haricinde yararlanılan kaynakların büyük çoğunluğunu Türkiye ve İngiltere'deki yasal metinler ile ilgili kurumların internet sayfalarında yayınlanan açık kaynaklar oluşturmaktadır.

Çalışmada sıkça geçen bazı kavramların anlamları ise aşağıdaki şekildedir;

¹¹ Özgül Dağlı ve Elçin Hacıbektaşoğlu, "Televizyon Reklamlarının Çocuk-Aile İlişkisi ve Boş Zaman Kavramı Ekseninde Değerlendirilmesi", *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1 (2015): 210. <https://doi.org/10.32739/uskudarsbd.1.1.15>

- Medya Hizmet Sağlayıcı: Radyo, televizyon ve internet isteğe bağlı yayınların sunumunu gerçekleştiren, içeriği seçme ve bu hizmeti düzenleme ve yayınlama kararını veren, bu aşamada editoryal sorumluluğu bulunan tüzel kişidir.
- Düzenleme ve Denetleme İlkeleri: Radyo, televizyon ve internet üzerinden iletilen yayınların olumsuz etkilerinden çocuk ve gençlerin korunmasını hedefleyen yasal zorunluluk veya tavsiye niteliğinde bulunan kurallar bütünü.
- İsteğe Bağlı Yayın Hizmeti: Kullanıcıların programları istediği bir zamanda veya isteğine göre bir katalog üzerinden seçerek izlediği veya dinlediği yayın hizmetidir.
- Akıllı İşaretler: Televizyon yayınlarının içeriğine ilişkin ön bilgi verici bir sınıflandırma sistemi olup çocuk ve gençlerin televizyon yayınlarının olumsuz etkilerinden korumayı hedefleyen, programının hangi yaş grubuna uygun olduğunu belirten koruyucu sembollerden oluşan işaretler.
- Editoryal Sorumluluk: Radyo, televizyon ve internet isteğe bağlı yayın hizmetlerinde programların yayın akış çizelgesinin veya katalogdan sunulmasında düzenleme ve kontrol; programların ise içeriği ve seçiminde belirleme yetkisine sahip olmayı ifade eder.

BİRİNCİ BÖLÜM

ÇOCUK VE GENCİN TANIMI VE MEDYANIN ÇOCUKLAR İLE GENÇLER ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Bu bölümde çocuk ve genç kavramlarının uluslararası ve ulusal mevzuatlardaki tanımlarına yer verilip çocuğun yüksek yararı, savunmasız çocuk kavramlarının da kısaca açıklanmasından sonra görsel-işitsel yayınların çocuk ve gençler üzerindeki etkilerine dair bazı kuramsal yaklaşımlar ile çocuk ve gençlerin hangi hususlarda etkilendiklerini araştıran verilerden bahsedilmiştir. Bu bölümde aktarılacak olan medya etki araştırmaları ile çocukların ve gençlere olumsuz etki eden yayınların neler olabileceği ve incelenen ülkelerin mevzuatlarında bilimsel yaklaşım ve verilerden ne kadar yararlanıldığının da görülmesi konusunda önemli olduğu düşüncesi bulunmaktadır.

1.1. Çocuk ve Gencin Tanımı: Kavramsal Çerçeve

Türk Dil Kurumuna göre çocuk “Küçük yaştaki erkek veya kız, soy bakımından oğul veya kız, evlat, bebeklik ile erginlik arasındaki gelişme döneminde bulunan oğlan veya kız, uşak...” olarak tanımlanır¹².

”Genç” kelimesinin dilimize Farsça’dan (genc=Hazine/Define anlamında) girdiği Ferit Devellioğlu’nun Osmanlıca-Türkçe sözlüğünde belirtilmişse de “Nişanyan Sözlük-Çağdaş Türkçenin Etimolojisi” adlı eserinde Sevan Nişanyan genç kelimesinin etimolojik kökeninin eski Türkçe “kenç” kelimesinden geldiğini öne sürmekte ve buna kanıt olarak da Kaşgarlı Mahmud’un 1073 tarihli ünlü Dîvânu Lugâti’t-Türk adlı eserini kaynak göstermektedir. Buna göre genç/kenç kelimesi “civan, çocuk, yavru” anlamlarına gelmektedir¹³.

¹² Türk Dil Kurumu Sözlüğü, <https://sozluk.gov.tr/>

¹³ Nişanyan (Çevrimiçi Türkçe Etimoloji Sözlüğü), <https://www.nisanyansozluk.com/?k=genç>

1.1.1. Ulusal ve Uluslararası Mevzuatta Çocuk ve Genç Tanımları ile Dönemleri

Ulusal mevzuatta "5395 Sayılı Çocuk Koruma Kanunu"na göre çocuk "Daha erken yaşta ergin olsa bile, onsekiz yaşını doldurmamış kişiyi"¹⁴ ifade eder.

Uluslararası mevzuatta çocuklara yönelik "en kapsamlı ve temel düzenleme" Birleşmiş Milletler (BM) Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'dir¹⁵. Bu sözleşmeye göre "çocuğa uygulanabilecek olan kanuna göre daha erken yaşta reşit olma durumu hariç, on sekiz yaşına kadar her insan çocuk sayılır." ifadesi yer almaktadır¹⁶.

Dünya Sağlık Örgütü'ne (WHO) göre; çocuk 0-10 yaş, ergen 10-19 yaş, gençlik dönemi 20-24 yaş ve genç insan ise 10-24 yaş arası kişiler olarak tanımlanmaktadır. Genel olarak yasalarda; çocukluk 11 yaş öncesi, ergenlik 11-15 yaş, ergen 15-18 yaş, erişkin ise 18 yaş üstü kişileri tanımlamaktadır¹⁷.

BM ve Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO) 15-24 yaş arası dönemi gençlik dönemi olarak kabul etmektedir. Birleşmiş Milletler Eğitim, Bilim ve Kültür Örgütü (UNESCO) ise genç insanların heterojen bir grup olması nedeniyle değişken bir yapıya sahip olduklarını vurgulamaktadır. Avrupa Birliği'nin yürütme organı konumundaki Avrupa Komisyonu'nun bazı raporlarında gençler 15-29 yaş aralığındaki bireyler olarak tanımlanmaktadır¹⁸.

Tanımlardaki yaş aralığının ve grubunun değişebildiği, statik bir hâlde kalmadığı görülmektedir. Eğitim sürelerinin uzamasıyla geçmişte 15-25 yaş arası gençlik dönemi olarak kabul edilirken artık bu süreç 29 yaşa kadar uzayabilmektedir. Türkiye'nin de taraf olduğu Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'de 18 yaşına kadar herkes

¹⁴ 5395 Sayılı Çocuk Koruma Kanunu, Madde 3/1 (a), Resmî Gazete Tarihi: 15.07.2005, 25876. Kaynak <https://www.mevzuat.gov.tr/mevzuat?MevzuatNo=5395&MevzuatTur=1&MevzuatTertip=5>

¹⁵ Nuray Ekşi, Mevzuat ve Antlaşmalar Kapsamında Çocukların Uluslararası Korunması, *Uyuşmazlık Mahkemesi Dergisi*, 7 (2016): 563. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/229914>

¹⁶ BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme (Convention on the Rights of the Child), <https://www.unicef.org/turkey/cocuk-haklarina-dair-sözleşme>

¹⁷ Selda Hızal Bülbül, Ergen etiği, *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi*, 13/6 (2004): 206. <https://www.ttb.org.tr/STED/sted0604/ergen.pdf>

¹⁸ Helga Rittersberger, ve Kezban Çelik, *Genç Nüfusa Genel Bir Bakış*, Nüfusbilim Derneği Raporu, (Ankara: Elma Teknik Basım Matbaacılık, 2016), 2.

çocuk sayıldığı için 15-18 yaş arası dönemdekiler genç olduğu gibi aynı zamanda çocuk olarak da tanımlanmaktadır¹⁹.

Neil Postman, çocukluğu biyolojik bir süreç olarak değil kurgusal bir durum olarak ele alır. Postman, “Çocukluğun Yok oluşu” isimli çalışmasında çocukluğu Rönesans dönemine ait bir icat olarak değerlendirir ve çocukluğun toplumsal yapılar, bilim, ulus-devlet, dini özgürlüklerle gelişerek günümüze kadar ulaştığını savunmaktadır²⁰. Gençlik döneminin tanımına bakıldığında “çocukluk ile erişkinlik arasında yer alan, gelişme, ruhsal olgunlaşma ve yaşama hazırlık dönemi” olarak ifade edilmektedir²¹.

1.1.2. Savunmasız Çocuk Kavramı

Uluslararası ve ulusal mevzuatlar sorumlu ebeveyne sahip çocukların korunmasına önem atfettiği gibi sorumsuz ebeveyne sahip veya ebeveynlerden yoksun savunmasız çocukların da zararlı yayınlardan korunmasına önem vermektedir. "5395 Sayılı Çocuk Koruma Kanunu"nda çocukların korunmaya muhtaç olduğuna dair savunmasız çocuğun bir diğer deyişle “Korunma ihtiyacı olan çocuk” tanımına yer verilmektedir. Bu tanım ile yasal olarak “Bedensel, zihinsel, ahlaki, sosyal ve duygusal gelişimi ile kişisel güvenliği tehlikede olan, ihmal veya istismar edilen ya da suç mağduru çocuk” “korunmaya ihtiyacı olan çocuk” olarak belirlenmektedir²².

BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme’nin Önsöz’ündeki “çocuğun gerek bedensel gerek zihinsel bakımdan tam erginliğe ulaşmamış olması nedeniyle ... özel güvence ve koruma gereksiniminin bulunduğu”²³ sözü de çocukların savunmasız olduklarına ve bu nedenle güvence altına alınmalarının gerekliliğine vurgu yapmaktadır.

BM Çocuk Hakları Sözleşmesi’nin (BMÇHS) 2. maddesine göre taraf devletler ayrımcılık yapmadan tüm çocuklara eşit muamele edilmesi yönünde gerekli tüm tedbirleri almalıdırlar. Taraf devletler sokak çocukları, herhangi bir azınlığa mensup çocuklar,

¹⁹ Toplum Gönüllüleri Vakfı Raporu, 2012, 5.

²⁰ Neil Postman, *Çocukluğun Yok Oluşu*, (İstanbul: İmge Kitabevi Yayınları, 1995), 176-177.

²¹ Atalay Yörükoglu, *Gençlik Çağı Ruh Sağlığı ve Ruhsal Sorunlar*, (İstanbul: Özgür Yayınları, 1993, 8. Baskı), 38.

²² 5395 Sayılı Çocuk Koruma Kanunu, Madde 3/1 (a-1), Resmî Gazete Tarihi: 15.07.2005 Resmî Gazete Sayısı: 25876. Kaynak: <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.5395.pdf>

Çocuk Haklarına Dair Sözleşmenin Onaylanmasının Uygun Bulunduğu Hakkında Kanun, Resmî Gazete Tarihi: 11.12.1994, 22138.

engelliler gibi savunmasız çocuk gruplarını da gözeterek eşit muamele edilmesini sağlamalıdır. Sözleşme'de Madde 17(e) uygunsuz olan ve zararlı materyallerin etkilerine karşı çocukların korunmasını taraf devletlerin yükümlülüklerinden saymıştır²⁴.

1.1.3. Çocuğun Yüksek Yararı Kavramı

“Çocuğun Yüksek Yararı” kavramı Türkiye’de henüz medya alanında uygulamada ilgi gösterilen bir alan olmaktan uzaktır. Bu kavramın medya alanı pratiklerinde göz önünde bulundurulması ve uygulamalarda daha fazla vücut bulması için kavramın daha yakından tanınmasına, uygulanmasının önemine dair farkındalık çalışmalarına ihtiyaç bulunmaktadır. Türkiye’de çocuğun velayeti/çocuk suçluluğu gibi durumları içeren yargılama alanında ya da koruyucu bakım gibi sosyal politika alanında daha çok karşılaşılan çocuğun yüksek yararı kavramının medya alanındaki uygulamaları konusunda az sayıda akademik çalışma bulunmaktadır. “Medyanın çocuğun yüksek yararını gözeterek yaşama, gelişme, korunma ve katılım haklarını gözetmesi gerekir”²⁵. BM Çocuk Hakları Sözleşmesi gereği devlet, medyanın çocuklara faydalı sosyal ve kültürel bilgileri yaymasını teşvik etmeli ve zararlı yayınlardan da çocukları korumalıdır (Madde 17). Çocuk ve gençlerin özellikle psikolojik gelişimlerine zarar verilmemesi için yayıncılar çocuğun yüksek yararının daima editoryal içeriği üretme ve sunma aşamalarında gözetilmelidir. Bu nedenle burada kavramı biraz daha yakından tanımaya çalışmak önem arz etmektedir.

"Çocuğun Yüksek Yararı (The Best Interest of Child)" kavramı BM Çocuk Hakları Sözleşmesi'ndeki önemli ilkelerden birisidir²⁶. BM Çocuk Hakları Komitesi'nin 32. Oturumunda (13-31 Ocak 2003) "Bağımsız Ulusal İnsan Hakları Kurumlarının Çocuk Haklarının Geliştirilmesi ve Korunmasındaki Rolü" konusunda getirdiği Genel Yorum'unda (No:2, 19-i) "*çocukları ilgilendiren her girişimde çocuğun yüksek yararının öncelikle gözetilmesini öngören (Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin) 3. Maddesi'ne*

²⁴ Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Komitesi'nin Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'ye ilişkin Genel Yorumları 2001 – 2006. <https://www.esithaklar.org/wp-content/uploads/2021/02/Cocuk-Haklari-Komitesi-2001-2006.pdf>

²⁵ Bölgesel Çocuk Hakları Notları Serisi: İç Anadolu Bölgesi, Medya ve Çocuk Algısı, Uluslararası Çocuk Merkezi (ICC) Yayınları, Sayfa 5. <http://www.cocugasiddetionluyoruz.net/storage/app/uploads/public/5c3/ef8/1a5/5c3ef81a5ec10105571644.pdf>

²⁶ Türkiye'nin de taraf olduğu 1989 yılında imzalanan BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme'nin 3. Maddesi 1. Paragrafında çocuğun yüksek yararının önceliği şu şekilde belirtilmiştir: "*İster kamu ister özel sosyal yardım kurumları, mahkemeler, idari makamlar veya yasama organları tarafından gerçekleştirilsin, çocukları ilgilendiren tüm işlemlerde, çocuğun yüksek yararı temel düşüncedir*".

uygun olarak, yasaların ve politikaların çocuklar üzerindeki etkilerinin hazırlıktan uygulama aşamasına ve ötesine kadar titizlikle hesaba katılmasını"²⁷ sağlaması gerektiği yönünde tavsiyelerde bulunmuştur.

Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu (UNICEF), Türkiye Gazeteciler Cemiyeti ve bazı uluslararası sivil toplum kuruluşları ile BBC gibi kamusal yayıncıların da katkılarıyla hazırlanan çocuk haberciliğine dair rehber ilkelerde çocuğun yüksek yararının gözetilmesi tavsiye edilmektedir. UNICEF Türkiye İletişim Direktörü Sema Hosta ile yapılan telefon görüşmesinde medya ve akademik alandaki çocuğun yüksek yararı çalışmalarının takip edildiği bilgisi edinilmiştir. Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi öğretim üyelerinden Prof. Dr. İncilay Cangöz ile e-posta üzerinden yapılan yazışmalarda, gazetecilik derslerinde çocuğun yüksek yararının nasıl gözetilebileceğine dair örnekler üzerinden eğitimler verildiği ifade edilmiştir. Cangöz, medya profesyonelleri ve RTÜK'ün yayınladığı yayın ilkelerinde çocuğun yüksek yararı kavramına yer verilmesinin önemine değinmiştir. Çocuk haberlerinde çocuğun zarar görebileceği tahmin edildiği durumlarda ya haberin verilmesinden vazgeçilmesi veya birkaç gün sonra haberin verilerek zararın asgariye indirilmesi gibi yöntemleri önerdiklerini aktaran Cangöz, özellikle çocuklara cinsel saldırı olaylarında olayı yaşamış çocuğu deşifre ederek haberleştirmenin çocuğa zarar verme ihtimalinin bulunduğunu belirtmiştir. Medyadaki çocuk haberlerinin veriliş tarzının çocuk koruma programının bir parçası olarak değerlendirilmesi gerektiğini, somut ve açık bir ifade olarak görülmesi gereken çocuğun yüksek yararı kavramına daha çok eğinilmesinin önem arz ettiği Cangöz tarafından dile getirilen hususlardandır.

Yeni Zelanda Yayıncılık Standartları Otoritesi'nin 2003 yılındaki bir şikâyet üzerine verdiği kararda, yayıncıların "çocuğun yüksek yararı"nı incelemesi gerektiğini ve editoryal sorumluluğunu bu ilkeye göre düzenlediği konusunda yayıncıların kendilerini ikna etmesi gerektiğini ifade etmiştir. Kararda 19 kez çocuğun yüksek yararı kavramına atıfta bulunulurken karara konu şikâyet Çocuk, Gençlik ve Aile Hizmetleri

²⁷ BM Çocuk Hakları Komitesi'nin 32. Oturumu, <https://www.refworld.org/docid/4538834e15.html>

Daire Başkanlığı'ndan gelmiş ve söz konusu devlet biriminin şikâyetinde çocuğun yüksek yararının ihlal edildiği öne sürülmüştür²⁸.

1.1.4. Genç Kavramı

Genç kavramının tanımından daha önceki kısımlarda bahsedilmiştir. Bu kısımda ise genç kavramının neden önemli olduğu, zararlı yayınlardan neden korunması gerektiği hakkında düşüncelere yer verilecektir.

Aristo'dan Çiçero'ya, La Rochefoucauld'dan Paul Valery'e kadar birçok düşünür gençlik çağında ölçsüzlük, ihtirashılık, her şeyde aşırıya kaçmak, dikkatsizlik, kendini aldattığını anlamamak gibi bazı vasıfların sıkça görüldüğünü vurgulamaktadır. Bu düşünürlerin asıl dikkati çekmek istediği husus ise gençlerin bazı durumlarda kendilerinden bile korunması, sakınılması gerektiğidir. Milletlerin en büyük gelecek hazinesi olan gençlerin elbette ki radyo, televizyon ve internet yayınlarının zararı olanlarından korunmaya ihtiyaçları vardır. Toplumların yarını olan gençlerin korunması, yetiştirilmesi, doğru şekilde eğitilip topluma kazandırılmaması vazgeçilmez bir ilke konumundadır²⁹.

Gençlik döneminin 29 yaşına kadar uzayabildiği göz önünde bulundurulduğunda elbette ki zararlı yayınlardan gençlik dönemindeki belli bir kısmın korunmasına çabalanması, diğerlerinin ise erişkin olarak kabul edildiğinden izleyeceği yayınları iradesiyle seçebilme hakkı sunulması gibi bir durum ortaya çıkmaktadır.

Bu nedenle ülkemizde zararlı neşriyattan (basılmış eserler) küçüklerin korunmasına yönelik ilk yasal düzenleme cumhuriyetin ilk yıllarında 1927 yılında gerçekleştirilmiş ve "1117 sayılı Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu" ile 18 yaş altı çocuk ve gençlerin korunması hedeflenmiştir. Türkiye'de görsel-işitsel yayınlar konusunda ise 6112 sayılı Kanun ile düzenleme ve denetleme rolü üstlenen RTÜK bu nedenle 18 yaşına kadar olan çocuk ve gençlerin zararlı yayınlardan korunmasını hedeflemiş ve buna yönelik akıllı işaretler kodlaması oluşturup belirlenen sembollerin yayın esnasında kullanılmasını zorunlu kılmıştır.

²⁸ Department Of Child, Youth And Family Services And Tv3 Network Services Ltd - 2003-107
Kaynak: <https://www.bsa.govt.nz/decisions/all-decisions/departments-of-child-youth-and-family-services-cyfs-and-tv3-network-services-ltd-2003-107/>

²⁹ Mustafa E. Erkal, "Toplumda Bir Sosyal Grup Olarak Gençlik", *İstanbul Üniversitesi İktisat Fakültesi Mecmuası*, 43/1-4 (1984), 359.

1.2. Görsel-İşitsel Medyanın Çocuk ve Gençler Üzerindeki Etkileri

Bu başlık altında çocuk ve gençlerin medyanın olumsuz etkilerinden korunmasını gerektiren yasal mevzuatların dolaylı yollardan dayanağını teşkil ettiği söylenebilecek bazı etki araştırmalarına yer verilmiştir. Bu nedenle radyo, TV ve internet yayıncılığının çocuklar üzerindeki olumlu etkilerinden ziyade olumsuz etkilerine yoğunlaşmıştır.

1.2.1. Şiddet Eğilimlerine Etkisi

Televizyonlardaki şiddetin etkilerine dair araştırmalar 1946 yılına kadar uzanmakta ve ilk araştırmalara ise Amerika Birleşik Devletleri'nde (ABD) rastlanılmaktadır³⁰. Uzun yıllardır devam eden tartışmalar sonrası TV başta olmak üzere görsel-işitsel medyadaki şiddetin çocuk ve gençler için kayda değer olumsuz yönleri barındırdığı ve onların ruh sağlığına ve duygusal gelişimine olumsuz tesirlerinin olabileceği konusunda uzlaşıya varılmıştır. Video oyunlarında daha yoğun ve sinsi şekilde görülse de medyada yer alan şiddetin izleyici konumundaki çocuklar üzerinde korku, kaygı ve uyku bozukluklarına yol açabildiği öngörülmekte olup henüz doğrulayıcı yeterli araştırma verisi bulunmamaktadır. Çocukların ekranda karşı karşıya kaldıkları şiddet görüntülerinin “şiddeti kabul etme, olumsuz duyguları artırma, empati ve yardım davranışlarını azaltma tutumlarını desteklediği” bazı araştırmacılarca altı çizilen çıktılardandır. Şarkı sözlerinde veya müzik kliplerinde şiddete ilişkin görüntülerin 1970’lerdeki çalışmaların aksine erkek ve kız çocukları eşit derecede etkilemesi muhtemel görülmektedir. Ayrıca görsel-işitsel yayınlarda antisosyal davranışlar ve risk içeren davranışlarla karşı karşıya kalan gençlerin siber zorbalığa yönlenebildiği de bazı araştırmalarda karşılaşılan bulgularındandır³¹.

Savunmasız çocukların erken yaşlarda medya üzerinden şiddete maruz kalmasının ileriki yaşlarında doğrudan fiziki saldırganlığa yol açabileceği öngörülmektedir. 1930’lardan beri şüpheler bulunan konuya yönelik gerçekleştirilen uzun soluklu araştırmalar ile TV’deki şiddetin çocukların saldırganca davranışlar

³⁰ Esra Ümit Çizmeci, "Televizyon Dizilerinin ve Saldırganlık Eğiliminin Siber Zorbalık Davranışı ile İlişkisi Üzerine", *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 39 (2020): 91. <https://doi.org/10.30794/pausbed.649013>

³¹ Anouk H. den Hamer, and Elly A Konijn. “Adolescents' media exposure may increase their cyberbullying behavior: a longitudinal study.” *The Journal of adolescent health : official publication of the Society for Adolescent Medicine* vol. 56/2 (2015): 207. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2014.09.016>

sergilemesinde önemli bir risk faktörü olarak öne çıktığı görülmüştür. Michigan Üniversitesi'nden Huesmann ve ekibinin (1994) "Çocukluk Döneminde Medya Şiddetine Tekrar Tekrar Maruz Kalmanın Uzun Süreli Etkileri" konusunda 1977-1992 yılları arasında 15 yıl süren araştırmalar esnasında elde edilen bazı veriler üzerinden kurdukları teorilerde sosyal davranışların çoğunlukla çocuğun gelişiminde erken dönemde kurdukları davranış programları üzerinden şekillendiği görülmüştür. Komut dosyaları hâlinde çocuğun belleğinde saklanan bilgiler, sosyal etkileşim anında kılavuz işlevi görmektedir. Çocuğun televizyonda izlediği şiddet sahnelerinin çocuğa saldırgan davranış kalıplarını göstermekle kalmayıp bunun yanında, durumu kabullenmesi ve bu konudaki algısını güçlendirici bir rol üstlendiği düşünülmektedir³². Söz konusu araştırmanın Hollanda'daki çocuklar üzerindeki etkilerinde hem kız hem de erkek çocuklar açısından TV'de şiddet görüntüleri izlemenin saldırganlığa yönelttiğine dair pozitif korelasyon açıkça görülmüştür³³.

ABD'de 17 yıl süren başka bir araştırmada her gün diğer kişilere oranla daha fazla TV izleyerek büyüyen ergenlerin şiddet eylemlerine yönelmelerinin daha olası olduğu sonucuna ulaşılmıştır³⁴. Medyada kısa süreli şiddet görüntüsü izlemenin ise ergenlerde agresif davranış ve düşünceler, öfkeli duygu ve uyarılma seviyeleri ile yardım etme davranışları üzerinde genel olarak mütevazı denilebilecek ancak önemli boyutlarda olumsuz etkileri olduğunu göstermiştir³⁵.

ABD'de Clinton yönetimindeki ilk yıl "Gençliğimizi Koruma: Milletimizin Çocukları İçin Şiddetin Önlenmesi" adlı komisyon kitle iletişim araçlarının artan şiddet kültürüne etkisi üzerine çalışmalar gerçekleştirmek için bir medya araştırma grubunu kurmuştur³⁶. Araştırma grubu çalışmalarının sonucunda oluşturulan komisyon raporunda

³² L. Rowell Huesmann and Laurie S. Miller, *Long-Term Effects of Repeated Exposure to Media Violence In Childhood*. In *Aggressive Behavior* (Boston, MA: Springer, 1994), 180-181.

³³ A.g.e., 177.

³⁴ Jeffrey G. Johnson, Patricia Cohen, Elizabeth M. Smailes et al., "Television Viewing And Aggressive Behavior During Adolescence And Adulthood", *Science* 295/5564 (2002): 2471. <https://doi.org/10.1126/science.1062929>

³⁵ Brad J. Bushman, and L. Rowell Huesmann, "Short-Term and Long-Term Effects of Violent Media on Aggression in Children and Adults", *Archives of pediatrics & adolescent medicine*, 160/4 (2006): 349-351. <https://doi.org/10.1001/archpedi.160.4.348>

³⁶ Elizabeth Thoman, *Safeguarding Our Youth: Violence Prevention for Our Nation's Children*. Department of Education, Report and Recommendations from the Working Group on Media at the National Consultation, Washington, DC 1993, 1. https://www.medialit.org/sites/default/files-/359_SafeguardingYouth.pdf

medyatik şiddetin en az dört sosyal etkisinin görüldüğü sonucuna varılmıştır: “saldırganlık ve medyatik şiddet izlemenin bağlamında artış, korku ve kendini koruma endişesi (mağdur etkisi), duygusuzluk ve duyarsızlık (seyirci etkisi) ile insanlarda şiddeti izlemeye duyulan artan iştah”³⁷.

Medyada şiddetin kısa vadeli etkilerini ortaya koymak için de çeşitli deneyler yapılmıştır. Amerikalı Sosyal Psikolog Bandura’nın bulduğu sonuçlar ilginçtir. Buna göre:

“Söz konusu deneyde, anaokulu öğrencileri iki gruba ayrılmıştır: bir deney grubu ve bir denetleme grubu. Deney grubuna saldırgan bir yetişkinin kum torbasına defalarca yumruk attığı bir film izletilirken, denetleme grubuna bütünüyle farklı, şiddet içermeyen bir film izletilmiştir. Filmlerin izlenmesinin ardından, çocukların birbirleriyle ve aralarında şişme bir Bo-Bo oyuncak bebeğin de bulunduğu oyuncaklarla oynamalarına izin verilmiştir. Bandura, deney grubundaki çocukların filmde gördükleri fiziksel şiddeti taklit ettiklerini (BoBo oyuncak bebeğe sıkı tekmeler savurmuşlardır!) ancak denetleme grubundaki çocukların en ufak bir şiddet artışı göstermeksizin normal davranışlarda bulunduklarını gözlemlemiştir”³⁸.

Duygusal ve davranışsal zorluklar yaşayan risk altındaki çocuk ve gençlerin medya üzerinden şiddet görüntülerine maruz kalması en savunmasız izleyici konumundaki çocukların hayatını daha da zorlaştırıcı hale gelebilmektedir. Televizyondaki şiddetin olumsuz etkilerini azaltmak için bazı önerilere akademik çalışmalarda yer verildiği görülmektedir. Sorumlu yayıncılık anlayışına sahip olmaları konusunda yayıncılara büyük bir rol atfedildiği görülen bir çalışmada, dizi-film sonlarında sahne arkası görüntülerinin yayınlanarak yoğun şiddet görüntülerinin yer aldığı yapımların aslında birer kurgu olduğunun genç dimağlara aksettirilmesi; şiddeti uygulayan oyuncuların rol model alınması kuvvetle muhtemel olması durumlarında altyazı ile şiddeti özendirme durumunun olduğu uyarısının yapılması gibi bazı öneriler yer almaktadır.³⁹ Çocukların maruz kaldığı medya şiddetini azaltmaya yönelik çabalar

³⁷ A.g.e., 2.

³⁸ Dan Laugley, *Medya Çalışmaları* (İstanbul: Kalkedon Yayıncılık, 2010), 48-49.

³⁹ Bayram Çağlar, “Televizyon Dizileri ve Şiddeti Özendirme İlişkisi: Prime-Time Kuşağındaki Yerli Diziler”, *Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Akademik Dergisi*, Şiddetin Önlenmesi Özel Sayısı (2020): 142.

aile başta olmak üzere medya okur yazarlığı, sorumlu yayıncılık anlayışı, akıllı işaretler, devletin ve uluslararası kuruluşların etkin koruyucu amaçlar gütmesi ile tamamen olmasa da önemli ölçüde etkili olabilecektir.

1.2.2. Toplum ve Ebeveyn ile İlişkileri Üzerine Etkisi

Kitle iletişim araçlarının, çocuk ve gençlerin toplum ve aileleriyle ilişkilerine derin etkilerinin bulunduğu araştırmalarla ortaya konulmuştur. Oya Tokgöz bir makalesinde, Amerikalı televizyon eleştirmeni V. Morris'in "Ailelerin gururla, 'televizyon çocuklarımızı erkenden olgunlaştırdı, bundan önceki nesiller bu kadar bilgili ve ukala değildi' dediklerini duymaktayız. Yalnız, olgunluk burada vaktinden önce gelişme ile karıştırılıyor"⁴⁰ ifadelerini aktarmıştır. Morris bu sözleriyle televizyonun çocuk ve gençlerin, aileleriyle “ukalaca” ilişkiler kurmalarına neden olduğunu dolayısıyla egemen aile kültürü pratiklerinin dışına çıkması için çocuk ve gençleri teşvik ederek aile terbiyesinin sınırlarını aşan bir duruma onları sürükleyebildiğini ifade etmektedir⁴¹.

Televizyon özellikle mümeyyiz çağa gelmemiş, yani doğruyla yanlış ayırt etme yetisinden mahrum olan çocuklar açısından yalan söylemeyen, dost olarak görülen ve dünyayı tanımalarına aracılık eden bir araç konumundadır⁴². Böylesi bir konumdaki aracın kendilerini doğru yönlendirdiği konusunda çocukların bir şüphesi ve sorgulaması olmayacağı düşünülebilir.

M. Doğan Karacoşkun (2002), televizyonların birtakım kaygılarla hitap ettiği kitlenin kutsallarını dahi hiçe sayabildiği, toplumlar arası farklılaşmaları gidererek dünyanın dört bir yanında yaşayanları tek tipleştirmeye doğru ittiğini savunmaktadır⁴³. Karacoşkun, televizyonun çocuk ve gençler üzerindeki olumsuz tesirinin diğer kesimlere oranla daha fazla olduğunu, duygu ve davranışlarında samimi olmamanın, sevgi ve aşk

⁴⁰ Oya Tokgöz, “Televizyon Reklamları ve Çocuklar”, *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 34/1 (1979): 102.

⁴¹ Aktaran Yahya Akyüz, “Çocukların Televizyon Reklamlarına Karşı Korunması”, *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*, 12/1 (1979/2019): 97. https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000610

⁴² Özgül Dağlı ve Elçin Hacıbektaşoğlu, “Televizyon Reklamlarının Çocuk-Aile İlişkisi ve Boş Zaman Kavramı Ekseninde Değerlendirilmesi”, *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1/1 (2015): 208. <https://doi.org/10.32739/uskudarsbd.1.1.15>

⁴³ M. Doğan Karacoşkun, “Bireysel ve Toplumsal Çözümde Televizyon Faktörü Üzerine Düşünceler”, *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*, 6 (2002): 228.

gibi yüce duyguları sıradanlaştırmanın teşvik edildiğini, bireysel ve toplumsal yozlaşmanın yayıldığını iddia etmektedir⁴⁴.

Yusuf Kaplan da postmodernizmin bir sonucu olarak gördüğü, kültürel aidiyet biçimlerini, toplumla ilişkilerini ve toplumsal değerler üzerinden çöküntüye sebebiyet verecek şekilde bazı örnekleri yakın çevresinde defalarca gözlemlediğini, bu konuda kendisine şikâyetlerin geldiğini belirtmiştir. Kaplan, çocuk ve gençlerin Asyalı bazı sanatçıların giyim kuşamlarını, jest ve mimiklerini kendine örnek alarak eşcinsel rol modelleri takip etmesi, ailesiyle ve toplumla ilişkilerini bu modeller üzerinden sürdürmeye başlamasının tehlikeli bir hâl aldığını, bu duruma yol açan K-POP olarak bilinen kültür öğelerinin ise televizyon, internet platformları ve sosyal medya üzerinden sıkça sunulduğunu ifade etmiştir. Kaplan, kendisine ulaşan şikâyetlere bakıldığında ailelerin perişan bir duruma geldiğini ve bu akıma kapılan gençlerin, akranlarını da toplum tarafından sapkın olarak görülen bu davranış biçimlerine yönlendirdiklerini, bunun önünün alınması bakımından devletin acilen harekete geçmesi gerektiğini öne sürmüştür⁴⁵.

1.2.3. Tüketim Davranışları Üzerine Etkisi

Çocuk ve gençler önemli bir tüketici kesimini oluşturmaktadır. Çocuk ve gençlerin toplam nüfus içindeki oranlarının yüksek olması, harcamalarının ve kendileri için harcanan paranın yüksek olması, tüketim harcamalarına yönelik kararları etkileme güçleri ve gelecekteki olgun tüketici olmaları hedef kitle olarak dikkatlerin yöneltildiği bir kitle olarak muhatap alınmalarını sağlamaktadır⁴⁶. Tüketici sosyalleşmesini sağlayan ve gençleri yönlendirmede önemli bir unsur olan TV programları ve reklamlarıdır⁴⁷. TV'ye yoğun şekilde maruz kalan çocuk ve gençlerin daha materyalistik değerlere ve

⁴⁴ A.g.e., 229.

⁴⁵ Yusuf Kaplan, “Geliyorum diyen felâket geldi, kapıya dayandı: Çocuklarımızı kaybediyoruz! Ey devlet, uyuma!”, *Yeni Şafak Gazetesi*, 12 Temmuz 2021 (Erişim Tarihi: 20.07.2021), <https://www.yenisafak.com/yazarlar/yusuf-kaplan/geliyorum-diyen-felket-geldi-kapiya-dayandi-cocuklarimizi-kaybediyoruz-ey-devlet-uyuma-2059021>

⁴⁶ Özlen Özgen, “Televizyon Reklamları ve Çocuk Tüketicilerin İstismarı”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 14 (2010): 23. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/788711>

⁴⁷ Betül Balıkcıoğlu ve Pelin Volkan, “Sosyal Medya, Televizyon ve Akran İletişiminin Materyalizm ve Gösteriş Tüketimi Üzerindeki Etkisi: Tüketici Sosyalleşmesi Perspektifi”, *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 13/35 (2016): 305. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/226481>

maddiyata daha düşkün tutumlara sahip olduğu öne sürülmektedir⁴⁸. Bilhassa TV reklamları çocuk ve gençlerde sürekli satın alma dürtüsünü harekete geçirmektedir. Kimlik gelişimi aşamasında rol model arayışındaki gençlerin özdeşleşme arayışında medya önemli bir konuma sahiptir. TV reklamları bu özdeşleşmeyi arayıştaki gençlere bilhassa “ünlü kullanımı-star stratejisi” yoluyla sunmaktadır. Gençler ürünün beraberinde kimlik satın alımını da gerçekleştirmektedir⁴⁹. Sahiplik duygusu üzerinden kendini konumlandırma çabası içine giren çocuk ve gençlere yine TV reklamları yoluyla tüketici rol modelleri sunulmaktadır. Özendirici reklamların gençlerin, çalışmadan kazanma veya kolay yoldan zengin olma hayallerini beslediği düşünülmektedir. Böylesi hayaller peşindeki gençlerin daha fazla kazanma ve kendini gerçekleştirmeye yönelik satın alma davranışları sergiledikleri görülmektedir.

1.2.4. Rol Tanımlaması ve Karşı Cinsle İlişkiler Üzerine Etkisi

Ergenler birçok rekabetçi sosyalleşme kurumunun kavşağında yer almaktadır. Bazıları kişilerarası etkileşime yoğun şekilde maruz kalırken bazıları da dolaylı ve aracılı temsiller yoluyla sosyalleşmeden etkilenmektedir. Ergenlerin toplumsal cinsiyetle ilgili tutum ve davranışlarını etkileyen sosyalleşme kurumlarından biri de televizyon gibi kitle iletişim araçlarıdır. ABD'de yapılan bir araştırmada 287 gencin televizyona maruz kalma süresinin cinsiyet rol tutumları ile cinsiyet davranışlarına etkileri ölçülmeye çalışılmıştır. Araştırmada, TV'nin ergenlerin cinsiyet rol tutumları ve davranışlarına bağımsız katkıda bulunduğu konusunda da bulgulara ulaşılmışsa da televizyon izleme miktarının cinsiyetçi rol tutumları ve davranışlarına dair uyum derecesinde artan bir ilişkinin varlığı kabul edilmektedir⁵⁰.

Yetiştirme Kuramı'nın önemli temsilcilerinden ve araştırmacılarından Gerbner, Gross, Morgan ve Signorielli'nin uzun yıllar süren televizyon programlarında sunulan cinsiyet rollerine dair araştırmalarında yayınladıkları ara raporlarda kadınların evde aile

⁴⁸ Seher Ersoy Quadir, “Materyalist Değer Eğiliminin Gelişiminde Tüketici Sosyalizasyonunun Rolü”, *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi*, 3/6 (2012): 43. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/210601>

⁴⁹ Bahadır Burak Solak, “Televizyon Reklamlarında Ünlü Kullanımının Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi: Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Araştırma”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-GİFDER)*, 4/1 (2016): 264. <https://doi.org/10.19145/guifd.84587>

⁵⁰ Michael Morgan, “Television, Sex-Role Attitudes, and Sex-Role Behavior”, *Journal of Early Adolescence*, 7/3 (1987): 269. <https://doi.org/10.1177/0272431687073004>

içinde, romantik ve evlilik ilişkisi içinde gösterildiğini, evli kadınların genelde çocuk sahibi ve ev işleri yapar hâlde, şiddeti uygulamayan taraf olarak karakterize edildiğini ifade etmektedir⁵¹. Aynı araştırmada, bekar kadınların yaşça küçük, geleneksel, çocuğu olmayan veya çocuk bakıcısı konumunda olmayan, aile yaşamının onların hayatının bir parçası olarak görülmediği, genelde işyerinde çalışan ve biraz daha şiddete meyilli bir portre olarak sunulduğu bulgular arasında sayılmaktadır.

1.2.5. Kültürel Yabancılaşmaya Etkisi

Boş zamanı tüketme/değerlendirme pratiklerinin yansıması olarak televizyon ve internet/sosyal medya mecraları, kullanıcılarını hazza yönelik etkinlikler üzerinden tüketim odaklı bir kültürü yeniden üretmektedir. Çocuk ve gençlerin pasifize edilmiş bir hâlde, tüketime şartlandırılmış ve tek tipleşmiş etkinliklere yönelmiş oldukları görülmektedir. Kapitalizmin yeniden üretiminin ekonomik ve kültürel boyutuyla tekrarlı bir şekilde sağlandığı TV ve internet mecrası çocuk ve gençlerin yerel kültürel yabancılaşmasını da beraberinde getirmektedir⁵².

“Yumuşak Güç” kavramını ortaya atan ABD eski Savunma Bakanı ve aynı zamanda Harvard Üniversitesi Uluslararası İlişkiler Profesörü Joseph S. Nye yumuşak gücün zor kullanma yerine kendine çekme stratejisi götüğünü belirtirken bir ülkenin kültürünün, siyasetinin ve ideallerinin cazibesinin insanları çektiğini iddia etmekte evlerinde yasaklı Amerikan videoları ve televizyonlarını izleyen İranlı gençlerin Amerikan Müziği ile yoğrulmasının yumuşak güce iyi birer örnek olduğunu belirtmektedir⁵³. Kültür Endüstrisi konusunda yoğun, ses getirici araştırmalar yapan Frankfurt Okulu üyeleri de televizyonun bir kültürel yabancılaştırma aracı olduğunu iddia etmektedirler. Frankfurt Okulu'nun önemli temsilcilerinden ve Kültür Endüstrisi'ni enine boyuna incelemiş düşünürlerden Theodor W. Adorno (2005) tüm kültürlerin kitle kültürü

⁵¹ George Gerbner, Larry Gross, Michael Morgan, Nancy Signorielli, “Television's Contribution to Sex-Role Stereotypes and Public Morality: Toward A Theory of Conditional Effects”, A Proposal to the John and Mary R. Markle Foundation, The Annenberg School of Communications University of Pennsylvania Philadelphia, January (1981): 8. <https://web.asc.upenn.edu/gerbner/Asset.aspx?assetID=70&attachment=1>

⁵² Seyhan Aksoy, “Kültür Endüstrisi Güdümünde Boş Zaman Pratiklerinde Tektipleşme: “Keyif” Etiketini ile Yapılmış Instagram Paylaşımları Üzerine Bir İnceleme”, *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi* (AKİL). Haziran 31 (2019): 620-621. <https://doi.org/10.31123/akil.533726>

⁵³ Taximaimaiti Tailaiti, “Dijital Medya ve Kültür Endüstrisi” (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2018), 16.

nedeniyle bozulmaya uğradığını ve bundan kaçışın olmadığını şu sözlerle iddia etmektedir:

“İlerleme ve barbarlık kitle kültüründe öyle iç içedir ki bugün, ancak o kültüre ve teknik araçlardaki ilerlemeye karşı barbarca bir perhiz geri getirebilir barbarlık dışı koşulları. Sahte zenginlikleri ve pahalı üretimi reddetmeyen, *renkli filmleri ve televizyonu*, milyonlar dergilerini ve Toscanini'yi geri çevirmeyen hiçbir sanat yapıtının, hiçbir düşüncenin sağ kalma şansı yoktur”⁵⁴.

1.2.6. Dil ve Konuşma Üzerine Etkisi

Kitle iletişim araçlarının olmadığı zamanlarda aile, çevre ve eğitim kurumları çocuğun sosyal hayata dâhil olması ve konuşma pratikleri edinimi açısından en büyük yardımcı iken günümüzde televizyon ve internet yayınları konuşma eğitimi açısından önemli bir konuma gelmiştir⁵⁵. Ev ortamında çocuğun en çok konuşma diyaloglarına şahit olduğu ve yeni kelime dağarcığı kazanımlarını televizyon ve internet yayınlarından edindiği bir dönem içerisindeyiz. Konuşma pratiklerinin ve kalıplarının sıkça ve tekrarlı bir şekilde izleme olanağının olması, görüntülerdeki akranlarını çizgi karakter bile olsa rol-model oluşturması açısından daha yakın bulması nedeniyle çocukların konuşma çağına en çok faydalandığı araçların başında televizyon gelmektedir.

Okur ve Göçen (2013) tarafından ortaokul öğrencileri arasında yapılan ve 938 öğrenciyi kapsayan araştırmayla konuşma ve dil öğreniminde televizyonun rolü sorgulanmıştır. Araştırmaya katılanların yüzde 50'sinden fazlası "Arkadaşlarımla TV karakterlerini taklit etmesinden hoşlanıyorum" ve "İnsanların TV'de nasıl konuştuğunu taklit ediyorum" sorularına olumlu yanıt vermiştir. Araştırmayla TV karakterlerinin, izleyici çocuk ve gençlerde önemli etkilere sahip oldukları görülmüştür. TV karakterleri çocuk ve gençlerin günlük yaşamlarında önemli bir yer kaplarken hayatlarına gerçekmiş gibi dâhil olmaktadır⁵⁶.

Tombul'a göre TV karakterlerinin konuşmalarının bu kadar etkili olmasının nedeni izleyicilerin bunları örnek alması ve TV'nin tekrarlama gücüne sahip olmasından

⁵⁴ Theodor Adorno, *Minima Moralia*, Çev. A. Doğukan & A. Koçak, (İstanbul: Metis Yayınları, 2007), 54.

⁵⁵ Alparslan Okur ve Gökçen Göçen, "The Effects of TV on Speech Education", *Educational Research and Reviews*, 8/2 (2013), 63. DOI: 10.5897/ERR12.156

⁵⁶ Okur ve Göçen, 2013, 65.

ileri gelmektedir⁵⁷. Postman da televizyonun aile ve eğitim kurumlarının verdiği eğitimin önüne geçtiğini vurgularken “televizyonun yeni epistemolojinin kumanda merkezi olduğunu” olduğunu iddia etmektedir⁵⁸.

Çocuk ve gençler için birincil konuşma pratiği edinim aracı haline gelen televizyon ve TV karakterleri, izleyici kitleye daima doğru bir konuşma dili sunmamaktadır. Reyting kaygısı ve farklı rol-modellerin yer aldığı dizi-film ve TV şovlarında görülen konuşma dili çocuk ve gençleri bozulmuş bir dil öğrenimi ile baş başa bırakabilmektedir. Kamu kanallarında sunucuların konuşma dili ve dili kullanma yeterlilikleri üst düzey olabilirken özel kanallarda sunucular bu konuda hassasiyet ve eğitim açısından daha düşük bir profile sahip olabilmektedir. Tombul (2019) tarafından yapılan bir araştırmada sabah programı sunucuları ve özel kanalların eğlence programlarında konuşma dilinin düzeyi ve dilin biçimsel boyutunun sorunlu olduğu saptanmıştır. Yanlış ve yabancı sözcük kullanımı, anlatım bozuklukları, argo ve görülmemiş konuşma kalıpları TV ekranlarında özel kanalların artmasıyla birlikte yoğun olarak kullanılır hale gelmiştir⁵⁹. Gençlerin görsel-işitsel yayınlarda kullanılan yabancı kelimeleri Türkçeye nazaran konuşmalarında daha çok tercih eder duruma geldikleri görülmektedir⁶⁰. Gençlerin özentili konuşmaları akranlarına da sirayet edebilmektedir⁶¹.

Erjem ve Çağlayandereli'nin (2006) yürüttükleri bir araştırmada İstanbul'daki 1020 lise öğrencine tesadüfî örnekleme tekniğiyle uygulanan çoktan seçmeli anket üzerinden elde edilen sonuçlara göre gençlerin %72'sinin dizi-film karakterlerini model olarak aldıkları anlaşılmıştır. Deli Yürek adlı dizideki Yusuf karakterinin her ne kadar silah kullanması yasal olmasa da mafya ile mücadelesi nedeniyle gençlerin gözünde silah ve zor kullanımının meşrulaştığı, Yılan Hikayesi isimli dizideki polis komiseri Memoli karakterinin ise cesaret, doğruluk, dürüstlük, vatanseverlik gibi özellikleri ile öne çıktığı ancak Memoli karakterinin silah kullanmasının yaptığı iş nedeniyle yasal ve meşru olduğu gerçeğiyle kıyaslandığında medyada rol model alınan karakterlerin meşru

⁵⁷ Işıl Tombul, “Kültürel Yozlaşmanın Göstergesi Olarak Televizyonda Dilin Kullanımı: Televizyon Sunucuları Örneği” (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi, 2006), 106.

⁵⁸ Neil Postman, *Televizyon Öldüren Eğlence*, Çev. Osman Akınbay, (İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004).

⁵⁹ Işıl Tombul, “Dil Değişimi ve Televizyon Sunucularının Dil Kullanımı”, *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7/1 (2019), 505. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.436891>

⁶⁰ Yıldız Kocasavaş ve Hülya Aşkın Balcı, "Televizyon ve Reklam Dünyasında Türkçenin Durumuna Eleştirel Bir Bakış", *Türk Dünyası Araştırmaları*, 124 (2020): 210.

⁶¹ A.g.e. s.215.

olmayan işlerinin medya üzerinden meşrulaştırılabilmesi gibi bir sorunun ortaya çıktığı gözlemlenmiştir⁶².

Televizyonda izlediklerinden etkilenme düzeyinin sosyo-demografik ile sosyo-ekonomik değişkenlere göre değişim gösterdiği örneğin ebeveynlerin eğitim düzeyi olanların yüksek olanlara göre, ailesinin geliri düşüklerin yüksek geliri olanlara göre, kentten uzak olanların kent merkezindekilere oranla daha fazla rol model alma davranışa yöneledikleri verisi elde edilmiştir⁶³.

1.2.7. Zihinsel Gelişim ve Başarıya Etkisi

Kitle iletişim araçlarından televizyonun çocuk ve gençler üzerindeki zihinsel gelişime ve hayat boyu başarısına dair etkileri daha çok ABD’de araştırma konusu olmuştur. Zihinsel bozukluklarla ilgili araştırmaları yürüten ABD’deki federal bir kuruluş olan Ulusal Ruh Sağlığı Enstitüsü (The National Institute of Mental Health-NIMH) 1970 ve 1980’li yıllarda 10 yıllık periyotlar hâlinde, televizyonun çocuk ve gençler üzerindeki zihinsel gelişime etkilerine yönelik araştırma bulgularını raporlamıştır. “Televizyon ve Davranış. Seksenler İçin Bilimsel İlerlemenin On Yılı ve Etkileri. Cilt I: Özet Rapor” başlıklı raporda çocukların gençlere ve diğer yetişkinlere göre beyinlerinin bilgileri bir araya getirme ve yorumlama yeteneğinden yoksun oluşları ve algılama kapasitelerinin düşük oluşları nedeniyle, televizyonda izledikleri kelime dağarcıklarının ve sunulan materyallerin öğrenmeyi engelleyici sınırlamalara sahip olmasalar da bilgileri organize etme ve etkili bir öğrenim de sunmadığını açıkça ortaya koyduğu ifade edilmiştir. Erken yaşlarda bile çocukların televizyon karşısında aktif ve seçici izleyici konumunda oldukları ileri sürülen söz konusu raporda çocukların anlamadıkları diyaloglar yerine müzik veya ses efektleri olan animasyonları tercih edebildikleri ve anlama kapasitelerinin artışıyla program tercihlerinin değiştiğine örnek verilmektedir⁶⁴.

Anılan araştırmanın eğitim başarısına ilişkin bulgusu ise yoğun televizyon izlemenin, eğitimsel özelemleri engellediği düşüncesidir. Daha düşük sosyoekonomik

⁶² Yaşar Erjem, ve Mustafa Çağlayandereli, “Televizyon ve Gençlik: Yerli Dizilerin Gençlerin Model Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi”, *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30/1 (2006): 18-24. <https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php?pdf=0001085&lng=0>

⁶³ Erjem ve Çağlayandereli, 2006, 28.

⁶⁴ David Pearl, *Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties* (Vol. 1). US Department of Health and Human Services, Public Health Service, Alcohol, Drug Abuse, and Mental Health Administration, National Institute of Mental Health, 1982, 20-21. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED222186.pdf>

seviyelerdeki gruplarda, özellikle kız öğrencilerde ders çalışma ve ev ödevi yapma gibi faaliyetleri engellediği görülmüştür. Bunun yanında televizyonun, insanlar arası etkileşimi azaltması ve okuma yoluyla edinilen birtakım sosyal ve bilişsel beceri gelişimlerine olumsuz müdahale edebileceği raporda aktarılanlar arasındadır⁶⁵.

TV izlemenin beynin yapısal gelişimine etkilerinin araştırıldığı bir çalışmada kesitsel ve boylamsal analizlerde sözel zeka katsayısına (IQ) olumsuz etkileri doğrulanmıştır. Bu anatomik bağlantılar beynin frontopolar alanındaki entelektüel yeteneklerle ilişkilendirilen etkiler doğurmaktadır. Sağ elini kullanan ve hepsi sağlıklı olan 5.6-18.4 yaş aralığındaki 290 Japon çocuk ve gençler üzerinde beyin manyetik rezonansı (MR) ile yapılan uzun dönemli analizlerde TV izlemenin çocuk ve gençlerin nörobilişsel gelişimi ile doğrudan veya dolaylı olarak ilişkili olduğu ve etkilerin bazılarının olumsuz olduğu kayıt altına alınmıştır⁶⁶.

1.2.8. Kişilik Oluşumundaki Etkisi

Sosyal Bilişsel Öğrenme Kuramını (Social Cognitive Learning Theory) ortaya atan Bandura (1989) psikolojik teorilerin çoğunun iletişim teknolojilerindeki baş döndürücü ilerlemelerin ortaya çıkmasından çok önce yapıldığını ifade ederek sembolik ortamların günümüzde insan yaşamında oynadığı giderek artan role yeterince dikkat edilmediğini iddia etmektedir. Bandura, kullanılan modelleme etkilerinin geçmişte, genellikle kişinin yakın çevresiyle sınırlıyken televizyonun, toplumun her gün maruz kaldığı model yelpazesini epey genişlettiğini belirtmektedir. Bandura, araştırmacıların modellenmiş düşünce ve davranış kalıplarını yakın çevreyle sınırlı tutmak yerine medyada sergilenen düşünce kalıpları, değerler ve tutumlar ile davranış kalıplarını dikkate alarak elektronik kültürleşmeyi ortaya içerecek şekilde yeniden tasarlanmasını tavsiye etmektedir. Çocuk ve gençlerin televizyon ekranlarındaki toplum temsillerinde sürekli şekilde cinsiyete dayalı davranış modellerine maruz kaldıklarını ve bunun evde, okullarda, okudukları alanyazında ve oyun alanlarında da pekiştirilen bir durum

⁶⁵ Pearl, 1982, 90.

⁶⁶ Hikaru Takeuchi, et al. "The impact of television viewing on brain structures: cross-sectional and longitudinal analyses." *Cerebral Cortex* 25/5 (2015): 1193-1995. <https://doi.org/10.1093/cercor/bht315>

olmasının zamanla topluma dair ahlaki yargıları ile ahlaki perspektifinin gelişiminde rol oynadığını iddia etmektedir⁶⁷.

Bandura'nın sosyal öğrenme kuramlarına farklı bir açılım yaptığı ve uzun süreli medya araştırmaları neticesinde ortaya koyduğu Sosyal Bilişsel Kuram'ın önemli sac ayaklarından biri karşılıklı determinizm (Reciprocal Determinism) kavramıdır. Kişisel, davranış ve çevresel faktörler arası tam bir etkileşimi vurgulayan bu kavram kişilerin, çevrelerinin sosyal sistemlerinin hem birer ürünü hem de üretici olmalarına göndermede bulunmaktadır. Tüm etki kaynaklarının eşit derecede güçlü olmadığı bu dağılımda etkiler hemen görülmezken zamanla gelişmektedir⁶⁸. Bireyin kişilik gelişimi aşamasında önemli etkiler üreten medya kültürleşmeye ve karakter oluşumuna da olumlu ya da olumsuz katkılar sağlamaktadır.

Yapılan araştırmalar 15 yaşındaki bir gencin okula gitmekten daha fazla televizyon izlediğini ortaya koymaktadır. Aile ve okul eğitiminden daha fazla maruz kaldığı televizyon ekranının çocuk ve gençlerin duygusal ve entelektüel kişilik gelişiminde oldukça etkili olduğu, toplumsal cinsiyet rolleri ile ırkçılık gibi konularda basmakalıp görüşlere uygun bir gelişim sergilediği düşünülmektedir. Ayrıca ticari iletişim görüntülerine sıklıkla maruz kalan gençlerde aşırı materyalist tutumların beslenip pekiştirildiği, sosyal aktivitelerden uzak "yalnızcılık, bencillik, duyarsızlık, haz peşinde koşma" gibi olumsuz özelliklere yatkın bir hayatın örtülü olarak dayatıldığına dair araştırmalara da literatürde rastlanılmaktadır⁶⁹.

Paice, Heard ve Moss (2002) iyi bir doktor olmada rol modellerin ne kadar önemli olduklarını araştırdıkları çalışmalarının sonucunda tıp öğrencilerinin ve genç doktorların kendilerine rol model arayışında olduklarını, "onun gibi olsam/onun gibi olmalıyım" diyeceği bir hikayenin peşine düştükleri görülmüştür⁷⁰. "Onun Gibi Olsam" temasına uygun olarak gençlerin rol-model alma davranışları üzerindeki etkilerinin incelendiği 2020 yılındaki bir çalışmada Türkiye'nin Siirt ilinde üç farklı lisede eğitim gören ve diziyi

⁶⁷ Albert Bandura, *Social cognitive theory*. In: R. Vasta (Ed.), *Annals of child development*. Vol. 6. Six theories of child development (pp. 1-60). Greenwich, CT: JAI Press, 1989, 22-23.

⁶⁸ Amanda Bozack, *Social Cognitive Learning Theory*. In: Goldstein S., Naglieri J.A. (eds) *Encyclopedia of Child Behavior and Development*. Springer, Boston, MA., 2011, 13923-1394.

⁶⁹ Robert M. Liebert, "Effects of television on children and adolescents." *Journal of developmental and behavioral pediatrics*, 7/1 (1986): 43-45. <https://doi.org/10.1097/00004703-198602000-00008>

⁷⁰ Elisabeth Paice, Shelley Heard, and Fiona Moss. How important are role models in making good doctors? *BMJ*, 325(7366), 2002, s.707-710.

izleyen 15 erkek ile 15 kız öğrenci örneklem olarak alınmıştır⁷¹. Görüşme formu üzerinden yüz yüze yapılan araştırmadan içerik analiziyle elde edilen bulgulara göre gençlerin dizi-film karakterine öykünerek onlar gibi konuşma tarzı benimsemeye çalıştığı, fiziksel görünüm ve kıyafetlerine dizi karakterlerine benzetmeye gayret ettiği görülmüştür. Büyük oranda katılımcılar (n=21) dizi karakterlerinin kişilik özellikleri ile onların ilişki tarzlarından etkilendiklerini belirtmişlerdir. Etkilenme "empati, şiddet eğilimi, fedakârlık ve güvensizlik" konularındadır⁷². Dizi-filmler bazı katılımcılarda olumlu bazılarındaysa olumsuz davranış değişikliğine yol açmıştır. Katılımcıların özdeşleştirme yoluna gittikleri karakterlerin kendilerinde davranış değişikliğine yol açtıklarını ve kendi yakın çevrelerinin de dizi-filmlerden etkilendiklerini düşünmektedirler. Katılımcılardan bazıları ekranlardaki rol modellerin ruh sağlığını olumsuz etkilediğini ve bir süre psikoterapi tedavisi gördüğünü belirtmiştir. Bu durumun genellikle rol modelin fiziksel özelliklerine benzememekten kaynaklanan yetersizlik duygusu ile beslenen depresif durumdan kaynaklı olduğu anlaşılmıştır⁷³.

ABD'de 11-17 yaş arası 1141 kızla yapılan araştırmada, televizyondan reality şov programlarını izleyen kızların izlemeyenlere kıyasla; "elde etmek istediklerin için yalan söylemek zorundasın" (%37'ye %24), "kötü davranışlarda bulunmak size iyi olmaktan daha fazla saygı kazandırır" (%37'ye %25), "istediklerin için başkalarına kaba davranmalısınız" (%28'e %18) düşüncesinde olduğu bulgusuna ulaşılmıştır⁷⁴. Bu veriler televizyon yayınlarının iyi yönde olabileceği gibi kötü yönde de kişilik oluşumuna neden olabileceğini göstermektedir.

1.2.9. Kurmaca ve Gerçek Hayat Algısına Etkileri

Televizyon izleme süresinin arttığı oranda gerçeklikten sapma ve kurmacayı gerçeklik olarak algılama konusunda pozitif korelasyon bazı araştırmaların bulguları arasındadır⁷⁵. Kapitalist ideolojinin sembolik dünyadan düşsel bir dünyaya geçişi

⁷¹ Nuri Türk, Popüler Dizi-Filmlerin Lise Öğrencilerinin Rol Model Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi: Onun Gibi Olsam (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, 2020), 26-30.

⁷² Türk, 2020, 55.

⁷³ Türk, 2020, 61.

⁷⁴ Girl Scout Research Institute: real to me: girls and reality TV. 2011, Oct 11. https://www.girlscouts.org/content/dam/girlscouts-gsusa/forms-and-documents/about-girlscouts/research/real_to_me_factsheet.pdf

⁷⁵ Denis McQuail ve Sven Windahl, *İletişim Modelleri-Kitle İletişim Çalışmalarında*, Çev.: Konca Yumlu, (Ankara: İmge Kitabevi, 1997), 127-128.

sağlayabilmek için toplumsal gerçeklikten kaçmanın yollarından biri olarak sunduğu televizyon, dili sayesinde, ekonomi-politik içerisinde önemli bir fonksiyonu icra ederken, izleyiciyi sanal bir uzaklaşma alanına hapsederek bunu gerçekleştirmektedir⁷⁶. Televizyonun mevcut iki boyutlu görüntülerinin yerini gelecekte, arttırılmış gerçeklik/sanal gerçekliğin oluşturacağı internet yayınlarının alma olasılığı düşünüldüğünde kurmaca ve gerçek hayat arasındaki yakınsamanın daha da artacağı fikri olasılık dışı bırakılamayacaktır. Gençlerin ve bilhassa henüz somut-soyut olay algısını ayırmada güçlük yaşayan çocukların kurmaca ve gerçeklik algılarının karışabileceği, bundan kısa vadede de olsa zarar görebilecekleri değerlendirilmektedir.

ABD’de yapılan araştırmalarda Reality Shows olarak bilinen ve gerçek hayatı yansıttığını iddia eden programları gençlerin önemli bir kesiminin takip ettiği bulgusuna ulaşılmıştır. ABD’de Girl Scout Araştırma Enstitüsü tarafından TRU Anket firmasına yaptırılan araştırma 6 Nisan-26 Nisan 2011 tarihleri arasında 11-17 yaş arası 1141 kız ile yapılmıştır⁷⁷. ABD'nin çeşitli bölgelerinde yaşayan kızlarla yapılan araştırma sonucu %47'sinin reality şovların düzenli izleyicisi olarak kendilerini tanımladığı, %30'unun ara sıra izlediği, %23'ünün nadiren söz konusu programları izlediği bilgisi edinilmiştir. Araştırmaya katılan kızların %75'i yarışma programlarını, %50'si reality şovları "esasinda gerçek ve senaryosuz" olduklarını söylemiştir. Düzenli olarak reality şov izleyen kızlarla izlemeyenler arasında ciddi ve anlamlı farklar bulunmuştur. Ankete katılan kızlardan düzenli reality şov izleyenler (dedikodu programları, Kim Kardashian'ın günlük hayatından kesitlere yer veren program vs.) akranlarıyla ilişkilerinden beklentileri, genel öz imajları ile günlük yaşama dair anlayışları açısından, reality şov izlemeyen kızlardan önemli ölçüde farklı düşüncelere sahip oldukları ortaya koyulmuştur. Olumlu yönde kullanıldığında ise bu reality şovların kızların yaşamlarında yol gösterici bir öğrenme aracı ve sosyal yaşama dâhil olmak için bir ilham kaynağı olarak işlev görebileceği yargısına varılmıştır.

⁷⁶ Hakan Ergül, *Televizyon Haberlerinin Magazinellesmesi* (İstanbul: İletişim Yayınları, 2000), 48-49.

⁷⁷ Girl Scout Research Institute: real to me: girls and reality TV. 2011, Oct 11. https://www.girlscouts.org/content/dam/girlscouts-gsusa/forms-and-documents/about-girl-scouts/research/real_to_me_factsheet.pdf

1.2.10. Duyarsızlaştırma Üzerine Etkisi

Çağdaş psikolojik akımlar arasında yer alan Duyarsızlaşma Kuramı'na göre; olumlu veya olumsuz bir uyarana tekrar tekrar maruz kalmak duygusal tepkide azalmaya yol açmaktadır. Doğal ve hassas bir ani hareket duygusu bulunan ve bayan binicisinin rüzgarda savrulup bedenine çarpan eteğine zamanla aldırnamaya başlayan atlarda görülen duyarsızlaşmanın insanlarda da görülebileceği üzerinden örneklendirilen duyarsızlaşmada televizyon, video oyunları ve sinemalarda maruz kaldığı aşırı şiddetin bilhassa çocukların duyarsızlaşmasına yol açtığı, araştırmalarla ortaya konmuştur. Korku, tiksinti ve anksiyeteye duyarlı bireylerin sık sık maruz kaldığı görüntülerin kendilerinde zamanla bu duyguları terketmeye döndüğü, bu duygularla baş etmeye başladığı, şiddeti tolere edilebilecek bir olgu olarak görüp kanıksamaya başladığı anlaşılmıştır.

Berkowitz, televizyondaki şiddetin toplumsal bağları zayıflatıp saldırganlığın artmasına yol açacağını, şiddete karşı duyarsızlaşan kişilerin tepki göstermesi gereken davranışlar karşısında çekingen ve umursamaz bir yaklaşımda bulunacaklarını öne sürmektedir. Ancak ekran ve gerçek hayat arasındaki kurulan ilişkinin düzeyinin önemli olduğunu ifade eden Berkowitz, yetişkinlerin izledikleri görüntüleri kendi hayatlarından soyutladıklarını ve kurgu olduklarını anlayabildikleri için çocuklar kadar etkilenmediklerinin muhtemel olduğunu belirtmiştir⁷⁸.

ABD'de Ulusal Sağlık Enstitüleri sponsorluğunda gerçekleştirdikleri bir nörobiyolojik araştırmanın raporunda Cline ve arkadaşları (1973), dolaysız şekilde veya medya üzerinden şiddet edimlerine maruz kalmanın şiddet içerikli olaylar karşısında normal duygusal tepkilerin azalmasına veya tepkisizliğe dönüşmesine yol açtıkları bulgusuna eriştiklerini açıklamıştır⁷⁹.

1.2.11. Arzu Edilmeyen İstikamete Yönlendirmedeki Etkisi

Ebeveynler çocuklarının alkol, sigara, uyuşturucu gibi maddelere bağımlı olmasını istemez. Medyanın da madde bağımlılığına sürükleyecek bir faaliyet içinde bulunması gerek ebeveynler gerekse de kanun koyucular tarafından arzu edilen bir şey değildir. Gençlik döneminin erken yaşlarında (Erken Ergenlik) alkol ürünlerinin ticari

⁷⁸ Leonard Berkowitz, "The Effects of Observing Violence", *Scientific American*, 210/2 (1964): 322-324. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1038/scientificamerican0264-35>

⁷⁹ Victor B. Cline, and et al. "The Desensitization Of Children To Television Violence", *Journal of Personality and Social Psychology*, 27/3 (1973): 11. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1037/h0034945>

iletişim faaliyetlerine maruz kalanların ileriki yaşlarda alkol kullanımına dair yapılan araştırmalar orta yaşlardakilere oranla erken ergenlik dönemindekilerin alkol kullanımına dair teşvik mesajlarına karşı daha savunmasız durumda olduklarını göstermektedir. ABD South Dakota'da iki okulda yapılan anket çalışmasında alkol reklamlarının ergenlerde alkol kullanımına yönlendirip yönlendirmediği araştırılmıştır. Araştırma sonuçları yapılan araştırma hipoteziyle uyumlu olarak alkol reklamlarının küçük yaştakilerin alkol kullanımına yönlendirdiğini ortaya koymuřtur⁸⁰.

İngiltere'den erişilen Netflix ve Amazon Prime içeriklerinde tütün ve alkol ürünlerinin görünürlüğünün içerik analizi yöntemiyle incelendiği bir araştırmada sonuçlar İngiltere'de prime-time televizyon içeriğiyle karşılaştırılmıştır. 2016 yılında Netflix ve Amazon Prime'da gösterimde olan en yüksek puanlı beş dizinin 50 bölümden oluşan kısmının örneklem olarak ele alınıp tütün veya alkol ürünlerinin fiili veya imayla kullanımı, gösterimi, markasının sunumu konuları ayrı başlıklar hâlinde analiz edilmiştir. Çalışma, Netflix ve Amazon Prime'da tütün ve alkol içeriğinin yaygın bir şekilde gösterildiğini ve İngiltere'deki prime-time televizyon yayınlarıyla karşılaştırıldığında önemli ölçüde daha fazla tütün ve alkol görüntüsünün ekrana getirildiğini göstermiřtir⁸¹.

ABD'de intihar şüphesiyle psikiyatrik acil servise başvuran 87 gençten (%71'i kadın) bazılarının "13 Reasons Why (Ölmek İçin On Üç Sebep)" adlı Netflix dizisini izlemesi ortak yönünden hareketle söz konusu dizi izleyen kişileri örneklem alan çalışmanın bulgularında, dizinin ana kadın karakteriyle benzer yaşlara sahip olan ve ortak intihar düşüncesi üzerinden yüksek düzeyde özdeşleşme gerçekleştiren gençlerin yarısında intihar riskinin sıfırdan önemli derecelere yükseldiği bildirilmiřtir⁸². Diziyi yüksek derecede bağlılıkla izleyerek duygusal tepki geliştiren gençlerin çok azının ebeveyninin diziyi izlediği, bazılarının ise diziyi çocuğunun izlediğinden habersiz olduğu bilgisi edinilmiştir. Ebeveynlerin, diziyi izleyip intihar düşüncesine yönelen çocuklarıyla dizide gündeme getirilen konular hakkında tartışma yürütebilecek düzeyde bir

⁸⁰ Rebecca L. Collins, Phyllis L. Ellickson, Daniel McCaffrey et al., "Early Adolescent Exposure to Alcohol Advertising and its Relationship to Underage Drinking", *The Journal of Adolescent Health* 40/6 (2007): 532. doi:10.1016/j.jadohealth.2007.01.002

⁸¹ Alexander B. Barker, Jordan Smith, Abby Hunter, John Britton, Rachael L. Murray, "Quantifying tobacco and alcohol imagery in Netflix and Amazon prime instant video original programming accessed from the UK: a content analysis." *BMJ Open* 9/2 (2019): 1-4. doi:10.1136/bmjopen-2018-025807

⁸² Victor Hong, et al. "13 Reasons Why: Viewing patterns and perceived impact among youths at risk of suicide", *Psychiatric services*, 70/2 (2019): 107-113. <https://doi.org/10.1176/appi.ps.201800384>

hazırlığının olmadığı da görülmüştür. Ruh sağlığı uzmanlarınca diziye özel web sayfası hazırlanmış ve ebeveynlere diziye çocuklarıyla birlikte izlemeleri, dizi hakkında konuşmaları ve savunmasız çocukların dizi izlerken tepkilerini incelemeleri tavsiye edilmiştir. Ayrıca bu araştırma medyanın intiharı veya şiddeti reyting malzemesi yapıp sansasyonel hale getirmekten kaçınmaları, izleyicilerini acil yardım telefon hatlarına yönlendirmeleri, umut ve iyileşme mesajları sunduğundan emin olmalarını önermektedir. Söz konusu araştırma çoğunlukla beyaz ırktan olan kadınları içeren ve tek bir bölgeden bulguların toplandığı bir araştırma olması nedeniyle genellenebilir olmayı sınırlasa da önemli veriler sunması bakımından medyanın gençleri arzu edilmeyen istikamete yönlendirmede ciddi bir etkisi olduğunu ortaya koymuştur.

1.2.12. Sağlıklı Beslenme, Yeme Alışkanlıkları ve Obezite Üzerine Etkisi

Çocuklar yaşamlarının önemli bir oranını TV izleyerek geçirmektedirler⁸³. RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı'nın NUTS 2 kapsamındaki 26 ilde 6-18 yaş arası 4306 kişiyle 2013 yılında yürüttüğü "Türkiye'de Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıkları Araştırması" sonuçlarına göre çocukların yüzde 65,8'i günde 1-3 saat arası TV izlediğini belirtmiştir. Benzer verilere ABD'de yapılan araştırmalarda da rastlanılmaktadır. ABD'de 2-7 yaş arasındaki çocuklar yaklaşık 2,5 saat günlük TV izledikleri, 8-18 yaş arasındaki çocukların ise ortalama 4,5 saat TV izleyip video oyunları oynadıkları sonucuna varılmıştır. Söz konusu araştırmaya göre 8 yaş üzeri çocukların 3'te ikisi (%65) yemek yedikleri esnada TV izlediklerini bildirmişlerdir⁸⁴. Araştırmada elde edilen diğer verilere göre yüksek gelirli ailelerin çocuklarının %48'i yemek yedikleri esnada TV izlerken düşük gelirli ailelerin çocuklarında bu oran %70'tir. Tek ebeveyne sahip çocukların %69'u yemek yerken TV izlediğini belirtmiş etmiş olup çift ebeveyne sahip olanlarda bu oran %54 olarak gerçekleştiği görülmüştür⁸⁵.

2003-2013 yılları arasında Google Scholar ve PubMed üzerinden yayınlanan, TV izlemenin çocukların kilo alımında, aşırı yağ içeren yiyecek tüketimlerinde etkilerini ortaya koymayı amaçlayan araştırma makalelerinin ortak sonuçlarında TV reklamlarını

⁸³ Thomas N. Robinson, "Television Viewing And Childhood Obesity", *Pediatric Clinics of North America*, 48/4 (2001): 1017. [https://doi.org/10.1016/s0031-3955\(05\)70354-0](https://doi.org/10.1016/s0031-3955(05)70354-0)

⁸⁴ Donald Roberts, Ulla G. Foehr, Victoria J. Rideout, *Kids & Media at the New Millenium: A Comprehensive National Analysis of Children's Media Use* (Menlo Park, CA: The Henry J. Kaiser Family Foundation, 1999), 12.

⁸⁵ Robinson vd., 2001, 54.

sıklıkla izleyen çocukların yiyecek tüketiminin arttığı veya aşırı tükettikleri, hareketsiz veya az enerji tüketimine sahip bir davranış sergiledikleri bunun da ayrıca yiyecek tüketimini tetiklediği; TV'nin yiyecek tercihlerini etkilediği, ekran önünde yemeye teşvik ettiği ve obezliğin çocuklarda yaygın olmasında önemli bir korelasyonun bulunduğu sonuçlarına varılmıştır⁸⁶.

Katılımcı sayısı bakımından en kapsamlı epidemiyolojik çalışmalardan biri olan ve başta Avrupa ülkeleri olmak üzere 34 ülkede 10-16 yaş arası 137593 gencin durumlarının değerlendirildiği araştırmada Janssen ve ekibi (2005) ergen obezitesinde TV izlemenin önde gelen bir faktör olarak ilişkilendirildiğini, aşırı kilolu ve obez olan gençlerde yeme esnasında TV izlemenin veya gıda reklamları izlemenin etkisiyle kalori alımının arttığını ve TV izlemeyi fiziksel aktiviteye tercih ettikleri için ergenlerin enerji sarfının azaldığını ortaya koymuştur⁸⁷.

Nadir de olsa bazı araştırmalarda TV izlemenin çocuklarda veya yetişkinlerde kilo artışına bir sebep olarak değil kilo artışı nedeniyle fiziksel aktivitenin azalmasının sonucu olduğu verisine ulaşılmıştır. ABD’de Zimmerman ve Bell (2010) tarafından yürütülen ve American Journal of Public Health dergisinde yayınlanan bir araştırmada vücut kitle endeksi (body mass index) 12kg/m²’den büyük olan ve 7-12 yaş arasındaki 3 binden fazla çocuğun TV formatı, eğitim ve reklam içeriği izleme aktiviteleri değerlendirilmiştir. Çocuk bakıcıları, ebeveynleri aracılığıyla sorgulanan ve elde edilen verilerin analizi, çocukların fiziksel aktivite miktarı, cinsiyeti, yaşları, ırk/etnik kökenleri, annelerinin vücut kitle endeksi (BMI), eğitim ve uyku vakitleri gibi farklı verilerle kontrol edilmiştir. Bu çalışma, farklı TV formatlarının ve içeriğinin obezite üzerinde ne gibi etkileri olabileceğini daha iyi belirlemek için çocukların TV izleme alışkanlıklarını ele almaktadır. Araştırmanın sonuç bölümünde TV izlemenin obeziteye yol açmadığı, TV izleme faaliyetinin hareketsizlik nedeniyle tercih edilen bir etkinlik olduğu; çocuklardaki obezite ile TV izleme faaliyetinin ilişkisinin TV reklamları ile sınırlı olduğu belirtilmiş,

⁸⁶ Hasanuddin Nuru, Noppawan Piaseu, Sukri Palutturi et al, “Does Television Viewing Make Children Obese? A Review”, *International Journal of Research in Medical Sciences*, 4/2 (2016): 343. <http://dx.doi.org/10.18203/2320-6012.ijrms20160281>

⁸⁷ Ian Janssen, Peter T. Katzmarzyk, William F. Boyce, et al., and Health Behaviour in School-Aged Children Obesity Working Group. "Comparison of overweight and obesity prevalence in school-aged youth from 34 countries and their relationships with physical activity and dietary patterns." *Obesity reviews*, 6/2 (2005): 123.

bu durumun obeziteye yol açabilen gıda reklamları nedeniyle olabileceği tahmininde bulunulmuştur⁸⁸.

Yapılan bazı araştırmalarda TV’de gıda reklamları veya TV programları içinde gıdaya referans verilen diyalog ve görüntülere sıkça yer verildiği bilgisine ulaşılmıştır. Gün içinde izleyici sayısının genelde en çok olduğu vakitlerde (prime time) akşam saat 8-11 arası TV’de programlarda ve reklamlarda yemek yeme davranışları ve gıdayla ilişkili mesajların analiz edilip belirlenmesini amaçlayan bir araştırmada incelenen yayınlarda her 30 dakikada ortalama 4.8 kez gıdaya referans verildiği görülmüştür. Söz konusu araştırma ile yayın içeriğinde tüm gıdalar içinde yüzde 60’ından fazlasını ise düşük beslenme değerlerine sahip içecekler ile tatlı içeren gıdalara referans verildiği bilgisi edilmiştir⁸⁹.

Portekiz’de gerçekleştirilen bir araştırmada çocukların sağlıklı ve sağlıksız yiyecek tercihleri üzerinde çizgi film izlemenin etkisi araştırılmıştır. Sağlıklı yiyecekleri teşvik eden çizgi filmleri izleyen çocukların karşılaştırma grubundaki çocuklara kıyasla daha sağlıklı yiyeceklere yöneldiği bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca, çizgi film karakterlerinin reklamlarda kullanılmasının çocukların bu yiyeceklere ilişkin tercihlerini ve reklamları seyredilen yiyeceklerin beğenisinin arttığını göstermiştir⁹⁰.

TV izlemenin çocuklarda obeziteye yol açmış veya açmamış olması sağlıksız yeme davranışları ve normlarıyla karşı karşıya kalabilecekleri gerçeğini değiştirmemektedir. Her iki durumda da daha az fiziksel aktivite, artan gıda ve kalori alımı çocukları etkilemektedir. Aşırı yağlı, enerji içeriği yüksek ve şeker oranı yüksek gıdalar gibi sağlıksız gıda ve atıştırmalık yayın içeriğine muhatap olması çocukların bu tür davranış kalıplarını normalleştirmelerine sebep olabilmektedir. Bazı araştırmacılar, özellikle TV reklamlarında zayıf beslenme değerlerine sahip gıdaların tanıtımlarının

⁸⁸ Firederick J. Zimmerman and Janice Bell, “Associations of Television Content Type and Obesity in Children”, *American Journal of Public Health*, 100/2 (2010): 338. doi: 10.2105/AJPH.2008.155119

⁸⁹ Mary Story and Patricia Faulkner, “The prime time diet: a content analysis of eating behavior and food messages in television program content and commercials”, *American journal of public health*, 80/6 (1990): 740. doi: 10.2105/ajph.80.6.738

⁹⁰ Sónia Gonçalves, Rita Ferreira, Eva M. Conceição et al., “The Impact of Exposure to Cartoons Promoting Healthy Eating on Children's Food Preferences and Choices.” *Journal of nutrition education and behavior* 50/5 (2018): 455. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2017.12.015>

yapılmasının engellenmesi için kamu politikası müdahalelerine ihtiyaç duyulduğu yönünde tavsiyelerde bulunmaktadırlar⁹¹.

Yayıncı kuruluşlardan sorumlu yayıncı kimliği altında beklenen, izleyicilerin sağlıklı yiyecek içmelerini teşvik etmesi ve buna yönelik sosyal normlar oluşturmalarıdır. Ancak muhtemelen ticari beklentilerle buna yönelik bir yayın çizgisi yürütemedikleri düşünülmektedir. Türkiye ve İngiltere’de yasal mevzuatların çocukların sağlıksız yeme-içme tercihlerine yöneltebilecek yayın içeriklerinin azaltılması yönünde düzenlendiği anlaşılmaktadır.

1.2.13. Eğitim Sürecindeki Etkileri

Erken yaşlarda aşırı TV izlemenin çocuk ve gençlerde dil, bilişsel gelişim ve dikkat kapasitesini etkilediği, dikkat eksikliği-hiperaktivite bozukluğuna yol açabildiği, bu durumun ise eğitim aşamasında zorlukları beraberinde getirdiği⁹² ve çocukların akademik gelişimleri için tehlikeli olduğuna dair araştırmalar bulunmaktadır⁹³.

Yapılan başka bir çalışmada ise 3 yaş öncesinde TV izlemenin ilerleyen yaşlardaki bilişsel gelişimin çeşitli aşamalarında bazı ölçümlere göre hasarın düşük olduğu, buna karşın 3-5 yaş arasında TV izlemenin okuma puanlarına yardımcı olabildiği sonucuna ulaşılmıştır⁹⁴.

Uzun süreli bir araştırma sonucuna göre; TV'nin eğitim üzerinde uzun vadede derin etkilerinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Çocukken TV'ye yoğun şekilde maruz kalmanın 26 yaşında eğitim başarısına etki edebildiği görülmüştür. Aşırı TV izlemenin çocukların ileriki hayatında sosyoekonomik durum ve refahına geniş kapsamlı olumsuz etki edebildiğinin altı çizilmektedir. İzleme süresinin artmasının başarısız eğitim sonuçlarıyla güçlü ilişkisinin olduğu ve ergenlik döneminde herhangi bir dışsal etki

⁹¹ Bridget Kelly, Benny Freeman, Lesley King et al., “Television advertising, not viewing, is associated with negative dietary patterns in children”, *Pediatric Obesity* 11/2 (2016): 158. doi:10.1111/ijpo.12057

⁹² Dimitri A Christakis, “The Effects of Infant Media Usage: What Do We Know And What Should We Learn?”, *Acta Paediatrica* 98/1 (2009): 8. <https://doi.org/10.1111/j.1651-2227.2008.01027.x>

⁹³ Carlin J. Miller, David J. Marks, Scott R. Miller et al., “Brief report: Television Viewing and Risk for Attention Problems in Preschool Children”, *Journal of Pediatric Psychology*, 32/4 (2007): 451. <https://doi.org/10.1093/jpepsy/jsl035>

⁹⁴ Frederick Zimmerman, Dimitri A. Christakis, “Children's Television Viewing And Cognitive Outcomes: A Longitudinal Analysis Of National Data”, *Arch Pediatr Adolesc Med.* 159/7 (2005): 619. <https://doi.org/10.1001/archpedi.159.7.619>

olmadan okulu bırakma ile televizyon izleme arasındaki bağı güçlü bir ilişkiye sahip olduğu, söz konusu araştırmanın yorumları arasında belirtilmektedir⁹⁵.

Çocukların eğitimsel başarısı üzerindeki hasarları azaltmak ve TV gibi geniş kitlelere hitap eden bir aracın olumlu yanlarından faydalanmak üzere eğitim televizyonu misyonu ile hazırlanan, belli müfredata ve eğitim hedeflerine sahip, akademik başarıyı hedefleyen projeler bazı ülkelerde tasarlanıp uygulamaya konulmaktadır. Eğitim televizyonu okullu olsun veya olmasın çocukların gayri resmi öğrenim hayatı için önemli bir değer haline getirilmesi hedefiyle ortaya konulmuş bir çabanın ürünüdür. Çok küçük olan çocukların TV üzerinden öğrenim güçlüğü çekmektedir, ancak öğrenim güçlüğü sorunu yaşamayan çocuklar için TV belirli kurallar içinde kullanımı hâlinde hayat boyu öğrenme aracına dönüşebilmektedir. Başarılı eğitim televizyonu sürecinin ilk basamağı Susam Sokağı gibi çocukların ilgisini çeken, daimî kılabilcek programların üretimidir⁹⁶.

Türkiye’de Anne-Çocuk Eğitim Kuruluşu ve Koç Üniversitesi’nden bazı akademisyenlerce yürütülen bir çalışma TV’nin eğitim programları yoluyla faydalı bir hale dönüştürülebileceğinin işaretlerini vermiştir. Söz konusu çalışmada “Benimle Oynar mısın?” adlı bir eğitim programı 5 yaşındaki çocuklara düzenli olarak izletilmiştir. İzletilen TV programı ile okul öncesi eğitime erişimi sınırlı olan ve sosyoekonomik seviyesi düşük çocukların temel bilişsel becerilerini artırmak ve sosyo-duygusal durumlarını artırmak hedeflenmiştir⁹⁷. 13 hafta süren gözlem süreci sonunda düzenli bir şekilde adı geçen programı izleyen çocuklar için TV’nin denetimli bir hâlde kullanıldığında erken eğitim müdahale aracı işlevi görebildiği, okula hazırlık seviyesini artırıp bilişsel beceriler için önemli faydalar sağlayabileceği sonucuna ulaşılmıştır⁹⁸.

Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi'nde yayınlanan "Televizyon Çocuk Programı Müziklerinin İlköğretim Müzik Dersine Katkılarına Yönelik Görüşler" başlıklı makalede İmik, Sager ve Demirkol'un (2014) yapmış oldukları

⁹⁵ Robert J. Hancox, Barry J. Milne, and Richie Poulton, "Association of Television Viewing During Childhood with Poor Educational Achievement", *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine*, 159/7 (2005): 616-617. <https://doi.org/10.1001/archpedi.159.7.614>

⁹⁶ Daniel R. Anderson, Heather J. Lavigne, and Katherine G. Hanson, "The educational impact of television: Understanding television's potential and limitations", *The international encyclopedia of media studies*, 2012, p.15-16. <https://doi.org/10.1002/9781444361506.wbiems134>

⁹⁷ Nazlı Baydar, Çiğdem Kağıtçıbaşı, Aylin C. Küntay, and Fatoş Gökşen, "Effects of An Educational Television Program On Preschoolers: Variability in Benefits", *Journal of Applied Developmental Psychology*, 29/5 (2008): 349. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.06.005>

⁹⁸ Baydar vd., 2008, 359.

araştırma sonuçları ele alınmıştır. Araştırmada ilköğretim çağındaki çocuklarda televizyon izlemenin müzik eğitime katkıları sorgulanmıştır. Araştırma bulgularında televizyonun çocukların “tek başına ve birlikte şarkı söyleme becerisini geliştirebileceği”, “duygularını müzik yoluyla ifade etmesine yarayabileceği” ve “çocukları ritmik hareketlere yöneltebileceği” sonucuna ulaşılmıştır⁹⁹.

Çocukların değişik kültürler, ülkeler ve insanlar hakkında yüzeysel de olsa bilgi edinebilmesi eğitimsel anlamda TV’nin farklı yararları olarak sayılabilmektedir. Eğitim televizyonu kullanımı da olsa ılımlı düzeyde TV’ye maruz kalmanın aşırıya kaçmaması, çocuğu farklı etkinliklere katılımının önüne geçmemesi ve akranlarıyla iletişiminin, sosyalleşmesinin önüne geçmemesi gerekmektedir.

1.2.14. Uyku Düzenine Etkileri

TV izlemenin çocuklarda uyku süresini kısalttığı, uyku bozukluklarına ve uyku kalitesinde azalmaya yol açabildiği bazı araştırmalarda ulaşılan sonuçlardandır. 2 yaş altı çocuklar üzerinde yapılan bir araştırmada akıllı telefon, tablet, TV gibi teknolojik aletlerin ekranlarına bakan çocukların uyku süresinin kısaldığı¹⁰⁰ ve Kuriyan ve meslektaşları (2007) tarafından yürütülen başka bir araştırmada ise azalan uyku süresinin TV izleme etkinliğiyle birlikte aşırı kilo almaya sebep olabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Eğitim seviyesi düşük ve TV izleme oranı yüksek ebeveynlere sahip olup yatak odasında TV bulunan çocukların zararlı içeriğe sahip TV yayınlarıyla karşı karşıya kalabildikleri görülmüştür¹⁰¹. Çocuğun yatak odasındaki TV setinin küçük çocukların uyku kalitesinde önemli derecede azalmaya yol açtığı, gece TV’ye maruz kalmanın çocukları daha kötü uyku deneyimi yaşaması¹⁰² ve daha kısa uyku süresiyle¹⁰³ karşı karşıya bıraktığı

⁹⁹ Ünal İmık, Turan Sager, Perçin Demirkol, “Televizyon Çocuk Programı Müziklerinin İlköğretim Müzik Dersine Katkılarına Yönelik Görüşler”, *Adıyaman Üniversitesi Journal of Social Sciences/Sosyal Bilimler Dergisi* 17 (2014): 344-345.

¹⁰⁰ Bozhi Chen, Rob M. van Dam, Chuen Seng Tan, et al., "Screen viewing behavior and sleep duration among children aged 2 and below", *BMC public health*, 19/59 (2019): 8. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-6385-6>

¹⁰¹ SR Ravikiran, B. Shantharam Baliga, Animesh Jain, et al., "Factors influencing the television viewing practices of Indian children", *The Indian Journal of Pediatrics* 81/ 2 (2014): 118-119. <https://doi.org/10.1007/s12098-013-1164-y>

¹⁰² Pablo E. Brockmann, Blanca Diaz, Felipe Damiani, Luis Villarroel, Felipe Núñez, and Oliviero Bruni, "Impact of television on the quality of sleep in preschool children", *Sleep medicine*, 20 (2016): 144. <https://doi.org/10.1016/j.sleep.2015.06.005>

¹⁰³ Elizabeth M. Cespedes, Matthew W. Gillman, Ken Kleinman, Sheryl L. Rifas-Shiman, Susan Redline, and Elsie M. Taveras, "Television viewing, bedroom television, and sleep duration from infancy to mid-childhood", *Pediatrics*, 133/5 (2014): 1163. <https://doi.org/10.1542/peds.2013-3998>

araştırmalarda elde edilen diğer sonuçlar arasındadır. Başka bir araştırmadaki bulgular arasında azalan uyku süresi ve uyku kalitesinin yanı sıra çocuklarda gün içi artan uyku süresi görüldüğünün altı çizilmiştir¹⁰⁴. Ayrıca Canto (1998) TV’de izledikleri korkunç sahneler nedeniyle çocukların uykularının kabusla bölünebileceğini, kötü rüyalar görebileceğini, yalnız kalmaktan korkabileceğini ve korkudan kaynaklı uyku bozukluklarıyla karşılaşabildiklerini bildirmektedir.

Son yıllarda internet üzerinden yayınların çocuk ve gençlerce yoğun olarak takip edildiğine şahitlik ediyoruz. İnternet isteğe bağlı yayınlar olarak 6112 sayılı Kanun’da anılan dijital platform yayınlarının akıllı telefonlar, tabletler gibi mobil teknolojik aletler üzerinden izlenebilmesi özellikle gençlerin ekrana maruz kalması sürelerini arttırmaktadır. Konvansiyonel medyada bir dizi, aralıklı periyotlarda takip edilip uzun bir sürede bitirilebilirken internet üzerinden dizi/film/belgesel yayınları sunan Netflix, Amazon Prime, HBO gibi platformlar sayesinde söz konusu programlar çok kısa sürelerde izlenip bitirilme imkânına kavuşulabilmektedir. Çekimleri tamamen sona ermiş bir dizinin birkaç sezondan oluşan bölümleri, takipçilerince mümkün olan en kısa sürede bitirmeye çalışılabilmektedir. 2018 yılına oranla 2019’un ilk 6 ayında Türkiye’de sinema izleyicisi yüzde 45 oranında azalmıştır. Netflix’in "ROMA" filminin önemli yarışmalarda boy göstermesi, Organize İşler Sarmalı filminin daha vizyondayken sinemalarda yayınının kesilip Netflix’te yayınlanmaya başlaması, artık birçok dizi ve filmin ücretli veya korsan yayınlarla internet üzerinden ulaşılabilir olması sinema seyircisinin azalmasına neden olarak gösterilmiştir¹⁰⁵. Netflix gibi platformların varlığı aşırı izleme (binge-watching) ya da başka bir adlandırmayla maraton izleme (marathon-viewing) sorununu ortaya çıkarmıştır¹⁰⁶. Aşırı izlemenin gençler üzerine etkileri konusunda akademik araştırmalara sıkça rastlanmaktadır.

Aşırı izleme dijital platformlardan Netflix ile özdeşleşmiştir¹⁰⁷. Dijital platformlardaki programların mobil araçlar üzerinden istenilen zaman ve mekânda

¹⁰⁴ Abigail F.Helm, and Rebecca MC Spencer, "Television use and its effects on sleep in early childhood", *Sleep health*, 5/3 (2019): 241. <https://doi.org/10.1016/j.sleh.2019.02.009>

¹⁰⁵ Semra Akıncı ve Emrah Başer, "Reklamdan Kaçınma Bağlamında Geleneksel ve Modern Film İzleme Ortamlarının Genç İzleyiciler Üzerinden Karşılaştırılması: Netflix ve Sinema Salonları Örneği", *Erciyes İletişim Dergisi*, 7/1 (2020): 475. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.622176>

¹⁰⁶ Berk Çaycı, "Aşırı İzlemeyle Değişen Dizi İzleme Biçimlerinin İzleyiciler Üzerindeki Etkileri", *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11/2 (2021): 403. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1522118>

¹⁰⁷ Çaycı, 2021, 404.

izlenebiliyor olması konvansiyonel medyaya kıyasla hareket ve izleme zamanı özgürlüğü sunmasını sağlamıştır. Katalog yayıncılığı olarak da adlandırılan isteğe bağlı yayıncılığın bu özgür doğası pasif konumdaki izleyicileri artık, kullanıcı konumuna getirmiştir¹⁰⁸. Dijital platformların kullanım alışkanlıkları araştırmalarında aşırı izleme pratiklerinin akşam saatlerinde yoğun olarak gerçekleştiği ortaya koyulmaktadır¹⁰⁹. Bu durum da doğrudan yetersiz uyumaya ve yorgunluğa dolayısıyla da verimsiz bir iş ve eğitim hayatına yol açabilmektedir.



¹⁰⁸ Fatih Söğüt, "Blu TV Netflix'e Karşı: İçeriklere Yönelik Bir Karşılaştırma", *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 10/4 (2020): 417. <https://dergipark.org.tr/tr/-download/article-file/1225518>

¹⁰⁹ Çaycı, 2021, 412.

İKİNCİ BÖLÜM

ÇOCUKLARIN VE GENÇLERİN KORUNMASINA YÖNELİK TÜRKİYE’NİN DÜZENLEME VE DENETLEME İLKELERİ

Çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik gerek uluslararası arenada gerekse Türkiye’de birçok düzenleme ve denetleme ilkesi bulunmaktadır. Ancak bu bölümde tezin sınırları göz önüne alınarak radyo, televizyon ve internet yayıncılığında çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerine yer verilmektedir. Bu bölümde ilk olarak araştırma metodolojisinden bahsedilmiş ve ardından Türkiye’yi ilgilendiren uluslararası düzenleme ve denetleme ilkelerine, sonrasında ise Türkiye’nin kendi düzenlemelerine yer verilmiştir.

2.1. Metodoloji

2.1.1. Araştırmanın Konusu ve Problemi

Bu çalışmanın konusu; radyo, televizyon ve internet yayıncılığında çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik Türkiye ve İngiltere’deki düzenleme ve denetleme ilkelerinin incelenmesidir.

Çalışmanın temel problemi ise şöyle ifade edilebilir: *Türkiye ve İngiltere’de radyo, televizyon ve internet yayıncılığında çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerinin benzeşen ve ayrışan yönleri nelerdir?*

Türkiye ile karşılaştırma yapmak için seçilen İngiltere’nin dünyanın ilk sistemli televizyon yapılmaya başlanan ülke olması, dünyanın ilk kamu yayıncısı BBC’ye ev sahipliği yapması, köklü ve kazuistik mevzuata sahip olması, görsel-işitsel yayınların düzenlenmesi ve denetiminde önemli tecrübelerle sahip olması gibi bazı sebepler göz önünde bulundurulmuştur.

2.1.2. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Türkiye'de, radyo, televizyon ve internet yayınlarının çocuk ve gençler üzerindeki etkilerine ve izleme pratiklerinin nasıl olduğuna dair birçok çalışma bulunsa da çocuk ve gençlerin söz konusu yayınlardan korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkeleri üzerinden Türkiye ve İngiltere özelinde karşılaştırmaya şimdiye kadar yer verilmemiştir.

Literatüre katkı sağlanması hedeflenen bu çalışmada ulusal ve uluslararası mevzuatlar da incelenerek Türkiye ve İngiltere'nin görsel-işitsel yayıncılık denetleme ve düzenleme kurumlarının (RTÜK ve OFCOM) çalışmaları da dâhil olmak üzere kamu ve özel sektör ile meslek birliklerinin de denetleme ve düzenleme ilkeleri incelenmiştir.

Çalışmanın temel amacı, Türkiye ve İngiltere'de çocuk ve gençlerin radyo, televizyon ve internet yayıncılığından korunmasına ilişkin düzenleme ve denetleme ilkelerinin neler olduğunu, benzeşen ve ayrışan yönlerinin incelenerek konuyla ilgili ve rol üstlenen paydaşlara yol gösterici olmaktır. Çalışmanın çerçevesini oluşturan diğer alt amaçlar ise şunlardır:

- * Uluslararası mevzuatta çocuk ve gençlerin radyo, televizyon ve internet yayınlarından korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerinin neler olduğunu ortaya koymak,

- * Türkiye'de ve İngiltere'de çocuk ve gençlerin radyo, televizyon ve internet yayınlarından korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme yapan kurum ve kuruluşların hangileri olduğunu ve geçmişte ve günümüzde hangi ilkelerin uygulandığını ortaya koymak.

Bu çalışmayı önemli kılan husus Türkiye ve İngiltere'de araştırma konusu düzenleme ve denetleme ilkelerinin karşılaştırmalı bir hâlde şimdiye kadar sunulmamış olması ve bütüncül bir şekilde bir çalışma içerisinde verilmiş olmasıdır.

2.1.3. Araştırmanın Varsayımları

Araştırmanın temel varsayımı olarak Türkiye ve İngiltere'de çocuk ve gençleri zararlı yayınlardan korumaya yönelik ilgili yetkili kurumların benzeşen ve ayrışan çalışmaları bulunmasının yanında incelemeye değer düzenleme ve denetleme ilkelerinin varlığıdır.

İncelenen ülkelerin basılı veya internet ortamında sunduğu bilgi ve belgeler ile yayınladıkları araştırmaların doğru şekilde sunulduğu, incelenen konu hakkında yeterli bilgilendirmeyi içerdiği varsayımlar arasındadır.

Gerek Türkiye'nin gerekse İngiltere'nin yetkili kurumlarının çocuk ve gençlerin zararlı yayınlardan korunmasına yönelik tüm güncel uygulamaları ve yayın ilkelerini internet ortamından paylaştıkları varsayımlar arasındadır.

2.1.4. Araştırmanın Kapsam ve Sınırlılıkları

Bu çalışmada iki ülkenin de mevzuatının ortaklaştığı uluslararası sözleşmeler, akabinde Türkiye'deki mevzuat ve İngiltere'deki mevzuat incelenmiştir.

Çalışma konusu düzenleme ve denetleme ilkelerinin pek çok uluslararası mevzuata konu olması nedeniyle BM Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi, Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi'nde yer alan ilkeler çalışmada ele alınmıştır. Türkiye'de yürürlükteki Anayasa ile 6112 sayılı Kanun ve ilgili Yönetmeliklerde yer alan söz konusu düzenleme ve denetleme ilkelerine yer verilmiştir. İngiltere'de ise düzenleyici ve denetleyici otorite OFCOM'un denetleme ve düzenleme ilkeleri başta olmak üzere yayıncıların dikkate aldığı düzenlemelere yer verilmiştir.

Türkiye'de 3984 sayılı Kanun'un uygulandığı 1994-2011 yılları arasındaki dönem ile İngiltere'de İletişim Kanunu öncesine tekabül eden 2003 yılı öncesi dönem çalışmalarına fazla değinilmemiştir. Bir diğer deyişle mülga haline gelmiş mevzuat, araştırma kapsamı dışında bırakılmıştır. Araştırılan yayın ilkeleri ve uygulamalar Türkiye'de 2011 yılında yürürlüğe giren 6112 sayılı Kanun ve ilgili Yönetmelikler ile İngiltere'de 2003 yılında yürürlüğe giren İletişim Kanunu ve ilgili Yönetmelikle sınırlanmıştır.

2.1.5. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini çocuk ve gençlerin zararlı yayınlardan korunmasına ilişkin düzenleme ve denetleme ilkeleri oluştururken örneklemi ise araştırmacının araştırma probleminin çözüme kavuşturulması sürecinde cevap bulabileceğine inandığı “olasılıksız örnekleme veya bir diğer adıyla amaçlı örnekleme” çalışması içinde yer alan “yargısal örnekleme” seçilmiştir. Yargısal örneklem olarak seçilen Türkiye ve İngiltere'de söz

konusu denetleme ve düzenleme ilkeleri ile bunların uygulanmasına yönelik çalışmalar ele alınmıştır.

2.1.6. Araştırmanın Yöntemi

Nitel araştırmalarda, çalışılan konuda "derin bir kavrayışa ulaşma çabası" görülür.¹¹⁰ Nitel araştırma tarzının esnek oluşu, yeterli ayrıntı sağlayıp iç içe geçmiş bir ağ örüntüsü örerek okuyucuyu kendine çekmesi, samimi ve doğrudan bir temasta bilgi sağlamayı mümkün kılar.¹¹¹ Nitel araştırmalar sosyal olaylarla ilgili nicel araştırma yöntemlerine kıyasla derinlemesine daha fazla bilgi sağlarlar.¹¹² Sarah J. Tracy'e (2013) göre "iyi bir nitel araştırma, insanların dünyayı, toplumlarını ve kurumlarını anlamalarına yardımcı olur."¹¹³

Nitel araştırma yaklaşımlarında zaman içerisinde bazı paradigma değişimleri yaşanmıştır. Pozitivizm, yorumlamacılık, eleştirel kuram ve postyapısalcılık gibi kuramsal çerçeveye konumlandırılan araştırmalar ile paradigmaların öngörü, anlama, özgürleşim, yapısöküm gibi temel amaçlarına yönelik farklı yöntemlere başvurulmuştur. Yorumlayıcı geleneğe yakın duran ontolojik inanca göre; gerçeğin sosyal ortamda gelişimini sürdürdüğü, sayısal verilere indirgenemeyecek kadar karmaşık ve sürekli bir değişim içerisinde olduğu öne sürülmüştür. Roma ve Antik Yunan'a uzanan yorumlayıcı paradigmanın günümüzde hâlen kullanılır olması insan merkezli anlama çabasının hâlen sürdüğünü göstermektedir.¹¹⁴

Nitel araştırma deseni içinde birçok yöntem bulunurken doküman analizi de kullanılan yöntemlerden biridir.¹¹⁵ Labuschagne (2003) doküman analizinin yasal metinler, yazışmalar, resmi raporlar gibi bazı dokümanların incelenmesiyle yapılabildiğinin mümkün olduğunu ifade etmektedir.¹¹⁶ Doküman analizi nitel araştırma

¹¹⁰ Zeki Karataş, Sosyal Bilim Araştırmalarında Paradigma Değişimi: Nitel Yaklaşımın Yükselişi, *Türkiye Sosyal Hizmet Araştırmaları Dergisi*, 1/1 (2017): 71.

¹¹¹ William Lawrence Neuman, *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar I. Cilt* (İstanbul: Yayın Odası, 2014, 7. Basım), 228.

¹¹² Şener Büyüköztürk, Ebru Kılıç Çakmak, Özcan Erkan Akgün, Şirin Karadeniz ve Funda Demirel, *Bilimsel Araştırma Yöntemleri* (Ankara: Pegem Akademi, 2008), 200.

¹¹³ Sarah J. Tracy, *Qualitative Research Methods: Collecting Evidence, Crafting Analysis, Communicating Impact* (John Wiley & Sons, 2013) 5.

¹¹⁴ Corrine Glesne, *Nitel Araştırmaya Giriş*, Çev. A. Ersoy ve P. Yalçınoglu, (Ankara: Anı Yayıncılık, 2012), 9-11.

¹¹⁵ Tracy, 2013, 28.

¹¹⁶ Adri Labuschagne, "Qualitative Research - Airy Fairy or Fundamental?", *The Qualitative Report*, 8/1 (2003): 101. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2003.1901>

deseni olabileceği gibi nicel araştırmalarda veya karma araştırmalarda da kullanılabilir. Bunun yanında doküman analizi hem diğer araştırmalarla hem de tek başına bir yöntem olarak kullanılabilir.

Verimli zaman kullanımı, örneklem büyüklüğünü belirlemede rahatlık, tekrar kullanılabilirlik, maliyet düşüklüğü, bireysel ve özgün olabilmesi, geniş kapsam alanı, tepkiselliğe yer vermemesi, internetle birlikte, kolay ulaşımı mümkün olmayan yerlerdeki verilere ulaşma gibi nedenlerle doküman analizinin avantajları bulunmaktadır.¹¹⁷

Bu çalışmada araştırma verileri toplanırken nitel araştırma deseni içinde doküman analizi yöntemi, Türkiye ve İngiltere'deki radyo, televizyon ve internet yayıncılığında çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerini yasal metinlerin karşılaştırmalı inceleme tekniğine uygun olduğu düşünüldüğü için tercih edilmiştir. Toplanan veriler betimsel analizle işlenmiştir. Türkiye'de ve İngiltere'den seçilen yasal metinler birincil kaynak olarak ele alınıp incelenmiştir. Ayrıca her iki ülkede konuyla ilgili araştırmalara yer verebilmek için ikincil kaynaklara da başvurulmuştur.

2.1.7. Araştırma Verilerinin Toplanması ve Analizi

Araştırma verileri toplanırken Türkiye ve İngiltere'de mülga ve güncel kanun ve ilgili yönetmelikler, iki ülkenin de ilgili otoritelerinin (RTÜK ve Ofcom) internet sayfalarında yayınladıkları bilgi ve belgeler, birincil ve ikincil araştırmalardan faydalanılmıştır. Doküman analizi yöntemi, basılı dokümanların yanında internet sayfaları gibi bilgi ve belge barındıran ortamların da incelenmesine izin ve olanak sağlamaktadır. Elde edilen bulgular betimsel analizle düzenlenip yorumlanmıştır.

Araştırma bulguları analiz edilirken önce tematik çerçeve çizilmiş, ardından veriler tematik çerçeve kapsamında betimsel yaklaşımla işlenmiş ve elde edilen bulgular yorumlanmıştır. Türkiye ve İngiltere'deki ilgili mevzuat, ilgili kurum çalışmaları, Kamu yayıncılarının uygulamaları ile yürütülen özgün çalışmalar kategorileri altında veriler karşılaştırılmıştır.

¹¹⁷ Bilgen Kırıl, "Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi", *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8/15 (2020): 177.

2.1.8. Araştırma Soruları

Problemin daha detaylı incelenebilmesi amacıyla oluşturulan araştırma soruları ise (Türkiye ve İngiltere bağlamında) şunlardır:

- ❖ Radyo, televizyon ve internet yayıncılığının olumsuz etkilerinden hangi yaş grubundaki çocuk ve gençlerin korunması hedeflenmektedir?
- ❖ Çocuk ve gençlerin radyo, televizyon ve internet yayıncılığının olumsuz etkilerinden korunmasına dair ulusal ve uluslararası mevzuatın tarihi gelişimi ne şekilde olmuştur?
- ❖ Türkiye’de radyo, televizyon ve internet yayıncılığının olumsuz etkilerinden çocuk ve gençlerin korunmasına yönelik düzenleme ve denetlemeyi hangi kurum ve kuruluşlar sağlamaktadır? Türkiye’de söz konusu düzenleme ve denetleme ilkeleri nelerdir?
- ❖ İngiltere’de radyo, televizyon ve internet yayıncılığının olumsuz etkilerinden çocuk ve gençlerin korunmasına yönelik düzenleme ve denetlemeyi hangi kurum ve kuruluşlar sağlamaktadır? İngiltere’de söz konusu düzenleme ve denetleme ilkeleri nelerdir?

2.1.9. Araştırmanın Geçerlilik ve Güvenirliği Hakkında

Nitel araştırmalar nicel araştırmalara göre daha esnekler. Nitel araştırmalarda bir çalışmanın örnekleminin yeterli, araştırmanın geçerlik ve güvenirlilik konusunda yetkin olduğunu kanıtlamak araştırmanın kalitesini artıracaktır¹¹⁸.

Günümüzde nitel araştırmaların geçerlik ve güvenirliliğini sağlamak adına Guba (1981) ve/veya Shenton'ın (2004) ölçütleri temel alınmaktadır¹¹⁹. Guba'nın dört temel ölçütü¹²⁰ üzerinden Shenton'ın geliştirdiği 31 kıstas ile bir nitel araştırmanın geçerlik ve güvenirliliği sorgulanabilmektedir. Guba'nın temel kıstaslarından olan inandırıcılık çatısı altında Shenton'ın “uygun yöntem kullanımı ve uygulama” ölçütüne göre bu araştırmada Türkiye ve İngiltere’deki düzenleme ve denetleme ilkelerine ait veriler doküman analizi

¹¹⁸ Hatice Başkale, "Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenirlilik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi", *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*, 9/1 (2016): 27.

¹¹⁹ Sinan Şener, Volkan Bahçeci, Hümeysra Doğru vd., "Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlilik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi", *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 28/1 (2017): 14.

¹²⁰ İnandırıcılık, aktarılabilirlik, tutarlılık ve doğrulanabilirlik.

yöntemiyle toplanmış betimsel analiz ile yorumlanmıştır. Hangi verilerin incelendiği araştırmada detaylı şekilde kaynaklarıyla verilmiştir. Bu çerçevede amaç ve yöntem tutarlığının bulunduğu söylenebilir. “Üstlere bilgi verme” ile “Uzman incelemesi” ölçütleri benzer olup bu ölçütlere göre değerlendirildiğinde ise araştırmanın yürütülmesi esnasında sık sık RTÜK’te çalışan ve akademik çalışmalar yürüten uzmanların, tez danışmanının görüşlerine ve yönlendirmelerine başvurulduğundan bu kıstasların da yerine getirildiği ifade edilebilir. İnandırıcılık başlığı altındaki farklı bir ölçüt olan “Araştırmacının yorumu”na bakıldığında elde edilen verilerin doğrudan verilmesinden hariç bu verilerin araştırmacı tarafından yorumlandığı görülmektedir. Gerekli görülen veriler güncel bulunmadığından (Türkiye ve İngiltere’deki yayıncı sayıları vb.) değiştirilmiş ve çalışma güncellenerek ilerletilmiştir. İnandırıcılık altındaki başka bir ölçüt olan “Araştırmacının Geçmiş ve Deneyimi” başlığı altında araştırmacının RTÜK’te Üst Kurul Uzmanı olarak uzun yıllar çalıştığı ve hâlen RTÜK Başkan Yardımcısı olarak görev yaptığı söylenebilir. “Araştırılan Olgunun Kavramsal Çerçevesinin Yeterliliği” ölçütü için araştırmacının araştırılan alanda uzman olması, yeterli okumalar yapmış olması açısından yeterli görülmektedir. Alanda benzer çalışma bulunmaması sebebiyle “Bulguların literatürle karşılaştırılması” ölçütü yerine getirilememektedir.

Guba’nın “Aktarılabilirlik” temel ölçütü altında Shenton’ın “Veri toplama yöntemlerinin uygulanışı” kıstası yöntem bölümünde verilerin nasıl toplandığı açıklanarak yerine getirilmiştir. “Tutarlık” temel ölçütünün altında “Çalışma Tasarımının Detaylı Tanımlanması” şartı yine yöntem bölümünde birincil ve ikincil araştırmalar ile hangi mevzuatların incelendiği konusu detaylı verilerek yerine getirilmiştir.

Guba’nın son temel ölçütü olan “Doğrulanabilirlik” başlığı altında Shenton’ın “Araştırmacının İnanç ve Varsayımları”na bakıldığında literatürde benzer araştırmanın yapılmamış olması sebebiyle araştırmaya dair güçlü fikir oluşmamış ve araştırmada ülkelerin birbirlerine üstünlük veya zayıflık gibi bir beklentiye girilmeden karşılaştırmalara yer verilmiştir. “Yöntemin Sınırlılık ve Potansiyel Etkileri” ölçütüne bakıldığında araştırma yöntemine yer verilmiş ve araştırmadan elde edilen bulgu ve önerilere gerekli yerlerde değinilmiştir. “Yöntemin Derinlemesine Aktarılması” ölçütü araştırmanın yöntem, sorular, araştırmanın kapsam ve sınırlılıkları, öneriler gibi kısımlarda detaylı şekilde aktararak yerine getirilmiştir. “Diyagram” ölçütü ise hem

Türkiye hem de İngiltere'nin akıllı işaretler, koruyucu semboller, yayıncı sayıları gibi verilerin sunulması esnasında yerine getirilmiştir.

Araştırmanın geçerlik ve güvenilirliğini değerlendiren Guba'nın dört temel ölçütü çerçevesinde Shenton'ın ölçütlerine bakıldığında 31 kısıstan 12 tanesi doğrudan yerine getirilmiş bulunmaktadır. Doküman analizi olarak tek yöntemin kullanılmış olması sebebiyle Shenton'un ölçütlerinden 6 tanesi doğal olarak sınanamamıştır. Araştırmanın bu haliyle yeterli geçerlik ve güvenilirliğe sahip olduğu düşünülmektedir.

2.2. Bulgular ve Verilerin Analizi

Uluslararası ve ulusal düzenleme ve denetleme ilkelerine değinmeden evvel, görsel-işitsel medya piyasasındaki güncel dağılıma dair genel manzarayı ortaya koymak amacıyla, Türkiye'de etkinlik gösteren medya hizmet sağlayıcı kuruluşları sayısına dair bir tabloyu paylaşmakta yarar vardır:

20 Mayıs 2022 tarihi itibarıyla Türkiye'de düzenleme ve denetime tabi 1281 adet özel sektör medya hizmet sağlayıcı kuruluş sayısı bulunmaktadır.

Tablo 2.1: Türkiye'de yayıncı türlerine göre özel medya hizmet sağlayıcıların yaptığı aktif yayın sayıları

YAYINCI TÜRÜ	AKTİF YAYIN SAYISI
Televizyon	467
Radyo	942
İBYH	40
Toplam	1449

Kaynak: RTÜK İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı

Türkiye'deki ilgili mevzuata göre bir medya hizmet sağlayıcı kuruluşun bir televizyon, bir radyo ve bir de isteğe bağlı yayın hizmeti (İBYH) sunma hakkı bulunduğundan 1281 yayıncının yürüttüğü aktif yayın sayısı 1449 adettir.

İnternet ortamından sunulan yayınların da 2018 yılından itibaren düzenleme ve denetime tabi kılındığı Türkiye'de karasal, uydu ve kablo ortamından yayın yapmakta olan mevcut yayıncılara ücretsiz şekilde yayınlarını internet üzerinden sunabilme imkânı getirilmiştir ve bu durum internet yayın izni olarak adlandırılmaktadır.

Tablo 2.2: Türkiye’de internet ortamından yayın yapan özel medya hizmet sağlayıcılara verilen lisans ve izin sayıları

LİSANS TÜRÜ	LİSANS	İZİN
İnternet Televizyon	26	266
İnternet Radyo	8	636
İnternet İBYH	36	2
Toplam	70	904

Kaynak: RTÜK İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı

20 Mayıs 2022 tarihi itibarıyla Türkiye’de kamu yayıncılığı yürüten medya hizmet sağlayıcı kurum sayısı 66’dır. TRT, Polis Radyosu, Meteoroloji Radyosu, TRT ile protokol yaparak RTÜK onay süreci sonrası kanal/frekans kullanımı olanağı bulunan bazı devlet üniversitelerinin televizyon ve radyoları, bazı kaymakamlıkların radyoları gibi kamu kurumları bu listeye dâhildir. RTÜK İzin ve Tahsisler Dairesi Başkanlığı’ndan edinilen Türkiye’deki kamu yayıncı bilgilerine göre kamu kurum ve kuruluşlarına ait 24 televizyon ve 53 radyo yayını bulunmaktadır. Henüz TRT tarafından RTÜK’e bildirim yapılmamış olan yayın hayatına yeni başlamış TRT Français logolu televizyon kanalı bu listeye dâhil edilmemiştir.

2.3. Uluslararası Düzenleme ve Denetleme İlkeleri

Bu kısımda sadece Türkiye’nin de taraf olduğu Avrupa Birliği veya Avrupa Konseyi’nin genel düzenlemelerine ve Birleşmiş Milletler genel düzenlemelerine yer verilmektedir.

2.3.1. Birleşmiş Milletler - Çocuk Haklarına Dair Sözleşme

“Birleşmiş Milletler Genel Kurulunca 20 Kasım 1989 tarihinde kabul edilen, 27 Ocak 1995 tarihli ve 22184 sayılı Çocuk Haklarına Dair Sözleşme’nin Önsöz kısmında, çocuk haklarının neden güvence altına alınması gerektiği şöyle belirtilmiştir:”¹²¹

“Savunmasız konumları nedeniyle çocuklar özel bir duyarlılığa ve korunmaya muhtaçtırlar. Çocuğa ilk elde bakım ve koruma sağlayacak olan ailenin bu konudaki sorumluluğu büyüktür. Çocuğun gerek dünyaya gelmeden önce, gerekse sonrasında, yasal açıdan ve diğer açılardan korunması gerekmektedir. Çocuğun içinde yaşadığı toplumun kültürel değerlerine saygının önemi ve

¹²¹ Güven, Selahattin, Medyada Küçüklerin Korunmasına İlişkin Düzenlemeler, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Uzmanlık Tezi, Ekim, 2021.,

çocuk haklarının güvenceye alınmasında uluslararası işbirliğinin rolü büyüktür.”¹²²

Çocuk Haklarına Dair Sözleşme’nin bu konudaki temel maddelerinden biri 17’nci maddedir. Bu maddede, Sözleşme’ye taraf tüm devletlerin medyanın çocukların ruhsal ve ahlaki iyiliği ile bedensel ve zihinsel sıhhatini geliştirmek konusundaki önemini kabul edeceği hükmü yer almaktadır. Bu maddede çocukların bu yönlerden iyiliği için yapılacak olanlara dair detaylar da yer almaktadır. Söz konusu maddede taraf devletlerin çocukların yararına olan bilgi ve belgeleri yaymak konusunda medyayı teşvik edeceğine dair bir hüküm bulunmaktadır. Bu konuda medya alanında uluslararası düzeyde iş birliği yapılması da söz konusu maddenin düzenleme hükümlerinden biridir. Aynı maddede çocuk kitaplarının üretilmesi ve yaygınlaştırılması hükmüyle birlikte, ayrıca çocukların zararlı içeriklerden korunması konusunda temel ilkeler geliştirileceğine dair bir hüküm de bulunmaktadır.¹²³

2.3.2. Avrupa Sınır-ötesi Televizyon Sözleşmesi

Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi (European Convention on Transfrontier Television), Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi tarafından 1 Mayıs 1993 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Sözleşme, Türkiye tarafından 1992’de imzalanmış, 1994’de onaylanmış ve 1 Mayıs 1994’de yürürlüğe girmiştir. Sözleşmede daha sonra değişiklikler olmuş ve Türkiye Cumhuriyeti olarak Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesini Değiştiren Protokolün Onaylanmasının Uygun Bulunduğuna Dair Kanun 15.7.2003 tarihinde kabul edilmiş ve 22 Temmuz 2003 tarihli Resmî Gazete’de yayımlanmıştır.

Sözleşmede birçok hüküm ile çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerine de yer verilmiştir. Sözleşmenin “Programlama Konuları” başlıklı 2. bölümünün “Yayıncının Sorumlulukları” başlıklı 7’nci maddesinin üçüncü fıkrasında, gençler ve çocukların hem ahlaki bakımdan hem de zihinsel ve bedensel bakımdan gelişimlerini zedeleyebilecek niteliklere sahip olan televizyon programlarının, çocukların ve gençlerin seyredebileceği vakitlerde yayınlanamayacağına dair hüküm bulunmaktadır.

¹²² Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, Birleşmiş Milletler, BMGK 20 Kasım 1989, <https://www.unicef.org/turkey/%C3%A7ocuk-haklar%C4%B1na-dair-s%C3%B6zle%C5%9Fme> (Son Erişim: 16.01.2022)

¹²³ Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, <https://www.unicef.org/turkey/%C3%A7ocuk-haklar%C4%B1na-dair-s%C3%B6zle%C5%9Fme> (Son Erişim: 16.01.2022).

Sözleşmenin “Reklamlar ve Tele-Alışveriş” başlıklı 3. bölümünün “Genel Standartlar” adlı 11’inci maddesinin üçüncü fıkrasında, çocuklara hitap eden ya da içeriğinde çocukların yer aldığı reklamların ya da tele-alışveriş içeriklerinin, çocukların çıkarlarına zarar vermekten kaçınması gerektiğine dair hüküm yer almaktadır. Aynı maddenin dördüncü fıkrasında ise, tele-alışveriş içeriklerinin çocukları satın alma davranışına teşvik edemeyeceği hükmü bulunmaktadır.

“Reklamların Yerleştirilmesi” başlıklı 14’üncü maddenin beşinci fıkrasında ise, otuz dakikadan daha kısa süreli olan haber, belgesel ve dini programların yanı sıra çocuk programlarında da reklam yayınlanamayacağı düzenlemesi yapılmıştır.

Sözleşmenin, “Belirli ürünlerin reklamları” başlıklı 15’inci maddesinde, bazı ürünlerin reklamlarının tamamen yasaklanması veya bazı kriterlere göre düzenlemesi hüküm altına alınmıştır. Buna göre, bütün ürünlerinin reklamına izin verilmeyeceği hükmü en başta, birinci fıkra da yer almıştır. Ayrıca ikinci fıkra da alkollü içki reklamları ile ilgili düzenlemeler yer almaktadır. Bu fıkra ya göre alkollü içkilerin reklamlarının çocuklara yönelik olamayacağı, reklam ve tele-alışveriş içeriklerinde küçüklerin alkollü içkiler tüketirken gösterilemeyeceği, alkol tüketiminin tedavi edici ya da insanı rahatlatıcı etkileri olabileceği yönünde telkinlerin yapılamayacağı hüküm altına alınmıştır. Ayrıca reklamların, alkollü içeceklerin aşırı tüketimini teşvik edemeyeceği ve alkol kullanmamayı ya da alkolü ölçülü düzeyde kullanmayı olumsuz bir kişilik özelliği olarak sunamayacağı düzenlemesi yapılmıştır.¹²⁴

Bu madde Türkiye’de iç hukuk düzenlemelerinde daha geniş kapsamlı şekilde uygulanmaktadır. Çünkü Türkiye’de radyo, televizyon ve internet yayıncılığında alkollü içki reklamı tümüyle yasaklanmıştır. Bu noktada Türkiye’nin kendi toplumsal ve kültürel yapısına uygun bir düzenleme yapması, hukukun kültürel göreceliğine yönelik yaklaşımlarla da uyumludur. Neslihan Sümer’in belirttiği gibi, antropolojik yönden değerlendirildiğinde hukuk kültürel bir olgu olarak görülebilir. Sümer’e göre, hukukun kültürel bir olgu olarak görülmesi, “her topluluğun kendi sosyo-kültürel (toplumsal) yapısına uygun olarak hukukunu kendisinin yaratması” anlamına gelir.¹²⁵ Mehmet Şükrü

¹²⁴ Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi, 5 Mayıs 1989, Türkiye Onayı T.C. Resmî Gazete: 12 Aralık 1993, Sayı: 21786. <https://kms.kaysis.gov.tr/Home/Goster/74976> (Son Erişim: 16.01.2022).

¹²⁵ Neslihan Sümer, “Bir Kültür Ürünü Olarak Hukuk”, *Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 38/1-2 (1998): 314. <http://dtcfdergisi.ankara.edu.tr/index.php/dtcf/article/view/2764/1933>

Nar da bu açıdan düşünerek, “her toplumun kendine has bir yapısı ve bu yapıya uygun hukuksal düzenlemeleri” olabildiğini belirtir.¹²⁶ Bu bakış açısıyla, toplumun kendi kültürel yapısına koşut hukuki düzenlemelerin gerekliliği yönünden düşünüldüğünde, bu hükmün Türkiye’de farklı olması anlaşılabilir.

2.3.3. Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi/Yönergesi

Türkiye’de radyo ve televizyon yayıncılığını düzenleyen ve 1994 yılında yürürlüğe giren 3984 Sayılı temel kanun yetersiz geldiği için mülga olmuştur. Yayın teknolojisindeki dönüşüm, sektörün ve toplumun beklentileri çerçevesinde yeni bir kanun taslağı hazırlanmıştır.

6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, 3 Mart 2011 tarihli olarak 7863 Sayılı Resmî Gazetede yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. AB müktesebatına uyum çerçevesindeki 35 fasıldan Bilgi Toplumu ve Medya Faslı’nın kapanış kriterlerinden biri ise RTÜK Kanununun Yönergeye uyumlaştırılmasıdır.¹²⁷

Orijinal adı *Audiovisual Media Services Directive* olan Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi-Yönergesi konu ile alakalı en temel metin niteliğindedir. Bu metin 2018 yılında ciddi bir değişiklik geçirmiş ve son halini almıştır.

Direktifin, çocukların korunması konusuyla ilişkili hükümleri, 3. bölümünde yer almaktadır. Buna göre, üye ülkelerin kendi yargı yetkileri altında bulunan yayıncı kuruluşlar tarafından sağlanan yayın içeriklerinin çocukların gelişimine zarar verebilecek niteliklere sahip olması durumunda, bu yayın içeriklerinin çocukların televizyon seyrettiği normal zamanlarda yayınlanmasını engellemeleri gerekmektedir. Yayıncılar tarafından toplanan ve depolanan, çocuklara ait kişisel verilerin, pazarlama ve reklam gibi ticari amaçlar doğrultusunda kullanılmaması gerektiği belirtilmiştir. Yine aynı bölümde, üye ülkelerin, küçüklerin zararına olabilecek unsurlar içeren yayın içeriklerinde, çocukların zararına olabilecek unsurların bulunduğu dair izleyiciyi uyarıcı önlemlerin geliştirilmesi zorunluluğu getirilmiştir.

¹²⁶ Mehmet Şükrü Nar, “Kültürel Hukuk: Geleneksel Kontrol Mekânizmaları”, *TBB Dergisi*, 108 (2013): 278. <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2013-108-1313>

¹²⁷ RTÜK, 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun Yürürlüğe Girdi, <https://www.rtuk.gov.tr/6112-sayili-radyo-ve-televizyonların-kuruluş-ve-yayın-hizmetleri-hakkında-kanun-yururluge-girdi/2636>

3. bölümde yer alan 9’uncu madde kapsamında, elektronik sigaralar dâhil olmak üzere tüm sigara ve tütün mamullerinin görsel-işitsel ticari iletişimi yasaklanmıştır. Aynı madde kapsamında, alkollü içeceklerin ticari iletişiminin, çocukları hedef alamayacağı da hüküm altına alınmıştır. Aynı maddenin bir diğer bendinde görsel-işitsel ticari iletişimin çocukların bedensel, zihinsel ya da ahlaki zararına neden olabilecek niteliklere sahip olamayacağı, çocukların deneyimsizliklerini istismar ederek onları ürün ya da hizmet satın alma ya da kiralama gibi davranışlara yönlendiremeyeceği de düzenlenmiştir.

Direktifin “Program destekleme” başlıklı 10’uncu maddesinde, haber ve güncel olay programlarının desteklenemeyeceği hükmü yer almakla birlikte, çocuk programlarının desteklenmesinin yasaklanması konusunda üye ülkelere takdir yetkisi tanınmıştır.

“Ürün yerleştirme” başlıklı 11’inci maddede, Haberler, güncel olay programları, dini içerikli programlar ve tüketici programları ile birlikte, çocuk programlarında da ürün yerleştirmenin yapılmayacağı kayıt altına alınmıştır.

Direktifin 20’nci maddesinde, çocuk programlarının yayınlanması esnasında program süresi 30 dakikadan daha uzun ise programın içinde televizyon reklamlarının 30 dakikalık sürenin ardından bir kez kesilebileceği hükmü yer almaktadır. Çocuk programlarında tele alışveriş yayını ise kesinlikle yasaklanmıştır.

Direktifin 22’nci maddesinde, alkollü içeceklerin reklam ve tele alışverişini içeren yayınlarla ilgili hükümler yer almaktadır. Buna göre alkollü içeceklerin reklam ve tele alışveriş yayınlarının özellikle gençleri ve küçükleri hedef almaması gerekmektedir. Bu tür yayın içerikleri, gençleri alkollü içecekleri tüketirken gösteremez. Yine aynı madde kapsamında, alkollü içkilerin reklam ve tele alışveriş içeriğinde alkol tüketiminin insanın fiziksel, sosyal ya da cinsel yaşam performansını artırdığına dair iddiaların yer alamayacağı hükmü bulunmaktadır. Aynı şekilde alkolün tedavi edici ya da yatıştırıcı etkileri olduğuna dair telkin ve iddiaların yer alması da yasaklanmıştır. Aynı şekilde alkollü içkilerin yüksek alkol içeriğine, olumlu bir özellikmiş gibi vurgu yapılması ve aşırı alkol tüketimini özendirici olması da yasaklanmıştır.¹²⁸

¹²⁸ Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi, <https://eur-lex.europa.eu/eli/dir/2018/1808/oj>, (Son Erişim: 16.01.2022).

Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi/Yönergesi'nin 22'nci maddesinde alkollü içeceklerin ticari iletişimi ile ilgili düzenleme ilkeleri yer almaktadır. Ancak 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun kapsamında alkollü içeceklerin ticari iletişimine Türkiye'de hiçbir koşulda izin verilmemektedir. Daha önce de belirtildiği gibi ve 6112 Sayılı Kanun kapsamındaki düzenlemelerden söz edilirken yeniden değinileceği gibi, alkollü içeceklerin ticari iletişimi konusunda Türkiye'deki farklı uygulama, hukuk kurallarının toplumların ve ülkelerin kültürel yapısına göre farklılık göstermesinden kaynaklanmaktadır.

2.4. Ulusal Düzenleme ve Denetleme İlkeleri

Türkiye'deki yasal düzenleme ve denetleme ilkelerinin ana dayanağı şüphesiz anayasadır. Öncelikle anayasal düzenlemelere yer verilecek, daha sonra konuyla ilgili kurum ve kuruluşların denetleme düzenleme ilkeleri mevzuat veya idari kararlar sonucu oluşan durum incelenecektir.

2.4.1. Anayasa'da Yer Alan Düzenleme ve Denetleme İlkeleri

2709 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Anayasası (1982 Anayasası), Türkiye'nin 1982 yılından bu yana geçerli anayasasıdır. Normlar hiyerarşisinde en üstte yer alan Anayasalar bir nevi çerçeve üst düzenlemeler ile normlar belirleme yolunda önemli bir rol üstlenmektedir. Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nda radyo, televizyon ve internet yayıncılığında çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik doğrudan hüküm bulunmamaktadır ancak zaten yukarıda bahsettiğimiz gibi anayasal bazen doğrudan kendi düzenlemeleri ile bazen de burada olduğu gibi yasal veya idari düzenlemelere kapı açmakta, bu düzenlemelerin dayanağı olabilmektedir.

1982 Anayasası'nın 10, 41, 42, 58 ve 61. Maddeleri ile çocuk haklarını ve çocukların korunmasını teminat altına almaya yönelik düzenlemelere gidilmiştir. 12 Eylül 2010 tarihinde yapılan Referandum ile 1982 Anayasası'nda kısmen de olsa değişikliğe gidilmiş ve Anayasa'nın “Kanun Önünde Eşitlik” başlığı altında yer alan 10'uncu maddesine; “Çocuklar, yaşlılar ve engelliler gibi özel suretle korunması gereken için alınacak tedbirler eşitlik ilkesine aykırı sayılamaz”¹²⁹ hükmü eklenmiştir. Bu suretle, çocukların korunmasına dair alınacak tedbirlerin eşitlik ilkesine aykırı olmayacağı

¹²⁹ Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, RG: 18.10.1982, 2709, md. 10.

belirtilmiş ve Çocuk Hakları Sözleşmesi'nin öngördüğü, çocuklara yönelik pozitif uygulamaların önü açılmıştır.¹³⁰

Bu kapsamda Anayasanın bazı maddelerinde, konuya ilişkin düzenlemeler yer almaktadır.¹³¹ Anayasa'nın 10'uncu maddesinde vatandaşların kanun önünde eşitliği hüküm altına alınmakla birlikte çocukların iyiliği için alınabilecek olan tedbirlerin de eşitlik ilkesine aykırı sayılamayacağı belirtilmiştir.¹³²

Anayasa'nın 41'inci maddesinde, çocukların temel düzeyde korunma, bakım ve kendi yararına açıkça aykırı olmadığı sürece anne ve babası ile ilişki kurma hakkına sahip olduğu hükmü yer almakla birlikte, devletin çocukları her türlü istismar ve şiddete karşı koruyacağı da garanti altına alınmıştır.¹³³

Anayasa'nın 58'inci maddesinde, gençlerin müspet ilim ışığında, Atatürk ilke ve inkılaplarına uygun şekilde ve ülkenin bölünmez bütünlüğüne kastedecek görüş ve yaklaşımlara karşı yetiştirilmeleri için gerekli tedbirlerin devlet tarafından alınacağı hükme bağlanmıştır.

Anayasa'nın 10, 42, 58 ve 61'inci maddelerine bakıldığında ise doğrudan medya mecralarına ilişkin olmadığı görülür. Ancak, 41'inci maddede bulunan “çocukların her türlü korunması” hükmünün, televizyon, radyo ve internet yayıncılığı gibi medya mecralarındaki düzenlemeleri de kapsadığı söylenebilir. Anayasa'nın bir üst norm olması nedeni ile çocuklar ve gençler ile ilgili genel düzenlemelere de bu çalışma kapsamında değinmek uygun görülmüştür. Alt mevzuat düzenlemelerinin temel dayanağının anayasa olması nedeni ile ilk bakışta ilgisiz gibi görünen anayasal normların aslında ikincil düzenlemelerin temel dayanağı olduğu bilinmektedir.

¹³⁰ Güven, Selahattin, Medyada Küçüklerin Korunmasına İlişkin Düzenlemeler, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Uzmanlık Tezi, Ekim, 2021., s.50

¹³¹ Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, RG: 18.10.1982, 2709.

¹³² Madde 10 – Herkes, dil, ırk, renk, cinsiyet, siyasi düşünce, felsefi inanç, din, mezhep ve benzeri sebeplerle ayırım gözetilmeksizin kanun önünde eşittir. Kadınlar ve erkekler eşit haklara sahiptir. Devlet, bu eşitliğin yaşama geçmesini sağlamakla yükümlüdür. Bu maksatla alınacak tedbirler eşitlik ilkesine aykırı olarak yorumlanamaz. Çocuklar, yaşlılar, özürlüler, harp ve vazife şehitlerinin dul ve yetimleri ile malul ve gaziler için alınacak tedbirler eşitlik ilkesine aykırı sayılmaz. (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, RG: 18.10.1982, 2709).

¹³³ Madde 41 - (Ek fıkra: 7/5/2010-5982/4 md.) Her çocuk, korunma ve bakımdan yararlanma, yüksek yararına açıkça aykırı olmadıkça, ana ve babasıyla kişisel ve doğrudan ilişki kurma ve sürdürme hakkına sahiptir. (Ek fıkra: 7/5/2010-5982/4 md.) Devlet, her türlü istismara ve şiddete karşı çocukları koruyucu tedbirleri alır. (Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, RG: 18.10.1982, 2709).

2.4.2. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun Düzenleme ve Denetleme İlkeleri

Bu başlığın alt başlıkları altında Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun kuruluşundan itibaren çalışmalarını yürütürken esas aldığı mülga ve yürürlükteki mevzuatlar ele alınacaktır.

- ***Yürürlükten Kalkan 3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Yayınları Hakkında Kanun ile 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun Kapsamındaki Düzenlemeler***

Radyo, televizyon ve internet yayıncılığında çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerinin başat düzenlemeleri Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından yapılmaktadır.

3 Mart 2011 tarihli ve 27863 sayılı Resmî Gazete’de yayınlanıp yürürlüğe giren Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun’un yürürlüğe girmesiyle, 20 Nisan 1994 tarihinde Resmî Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiş olan 3984 Sayılı Radyo ve Televizyon Yayınları Hakkında Kanun mülga haline gelmiştir.¹³⁴

3984 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’un çocuk ve gençlerin zararlı içerikten korunmasına yönelik hükümleri, Kanun’da yer alan “Yayın İlkeleri” bölümünden hariç Kanun’un “Reklâmlar” başlığı altındaki bölümde de düzenlenmiştir.¹³⁵

6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun’da ve bu Kanun’a bağlı olarak çıkarılan birçok yönetmelikte de çocukların korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerine yoğun bir şekilde yer verildiği görülmektedir.

6112 sayılı Kanun’un üçüncü bölümü “yayın hizmeti ilkeleri” başlığını içermektedir. Kanunun 8’inci maddesi ise genel olarak yayın hizmeti ilkelerini

¹³⁴ Güven, Selahattin, Medyada Küçüklerin Korunmasına İlişkin Düzenlemeler, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Uzmanlık Tezi, Ekim, 2021.

¹³⁵ A.g.e. s. 62

düzenlemektedir. İlgili maddenin birinci fıkrasının 136, h 137, n 138 ve 139 bentleri, çocuk ve gençlerin korunmasıyla doğrudan ya da dolaylı ilgisi bulunan hükümler içerir.¹⁴⁰

6112 sayılı Kanun'un 8'inci maddesinin ikinci fıkrasında, yayın hizmetlerinde gençlerin ve çocukların ahlaki, bedensel ya da zihinsel gelişimlerine zararlı olabilecek türden içeriklere sahip olan programların, bu kişilerin seyredebilecekleri zaman dilimlerinde, koruyucu sembol sistemi kullanılsa dahi yayınlanamayacağı hükmü yer almaktadır.¹⁴¹

6112 sayılı Kanun'un 8'inci maddesinin üçüncü fıkrasında ise, isteğe bağlı yayın hizmeti sunan kuruluşların, çocukların gelişimini olumsuz yönde etkileyebilecek olan yayın hizmetlerini, bunların normal koşullar altında şahit olamayacakları şekilde sunmakla yükümlü oldukları belirtilmiştir.¹⁴²

Söz konusu fıkra 3984 Sayılı Kanun'un 4'üncü maddesinin (z) bendinde yer alan, "Gençlerin ve çocukların fiziksel, zihinsel ve ahlakî gelişimini zedeleyecek türden programların, bunların seyredebileceği zaman ve saatlerde yayınlanmaması" hükmüne paralel bir düzenlemedir.

Yukarıda aktarılan çocukları ve gençleri yayınların olumsuz içeriğinden koruma amacına yönelik düzenlemeler, Kanun'un Dördüncü Bölümü'nde yer alan "Yayın Hizmetlerinde Ticari İletişim" başlığı altında da yer alır. Bu bölümde çocuklara ve gençlere yönelik ticari iletişimle ilgili koruyucu hükümler bulunmaktadır. Kanun'un "Genel esaslar" başlıklı dokuzuncu maddesinin birinci fıkrasının (ç) bendinde, çocukların

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

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

¹³⁸ 138) n) Müstehcen olamaz.

¹³⁹ 139) 139) Şiddeti özendirici veya kanıksatıcı olamaz.

¹⁴⁰ 140) 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, RG: 03.03.2011, 27863, md. 8/1.

¹⁴¹ 141) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği zaman dilimlerinde ve koruyucu sembol kullanılsa dahi yayınlanamaz (A.g.k., md. 8/2).

¹⁴² 142) 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 (A.g.k., md. 8/3).

gelişimine zarar vermemek, deneyimsiz olmalarından yararlanarak onları satın alma davranışına yönlendirmemek gereklilikleri hüküm altına alınmıştır.¹⁴³

Çocukların ve gençlerin korunması hususunda 6112 Sayılı Kanun'un getirdiği en temel yeniliklerden biri olan ve küçükleri korumayı amaçlayan 9'uncu maddenin yedinci fıkrasıdır. Bu fıkra, genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen yiyecek ve içeceklerin, çocuk programları kapsamında ticari iletişime konu edilemeyeceği kural olarak konulmuştur.¹⁴⁴

Küçüklerin korunması amacıyla gerçekleştirilen bir diğer düzenleme ise 10'uncu maddenin yedinci fıkrasında yer almaktadır. Buna çerçevede çocuk programlarının süresi 30 dakikadan daha uzun ise, bu durumda her otuz dakikalık süre için ancak bir kez reklam ve tele-alışverişle kesilebileceği hükmü getirilmiştir.¹⁴⁵

Bu madde düzenlemesi ile çocukların reklam baskısı altında kalmalarının önüne geçilmesi düşünülmüştür.

Kanun'un 11'inci maddesinin birinci fıkrasında, alkol ve tütün ürünlerinin ticari iletişimi her koşul altında yasaklanmıştır.¹⁴⁶ Böylece çocuklar ve gençler için önemli bir tehlike olan alkol ve sigaraya yönelik özendirici etkinin aza indirilmesi ve ekranlarda gösterilmemesi amaçlanmıştır.

Kanun'un "Ürün yerleştirme" başlıklı 13'üncü maddesinin dördüncü fıkrası ile haber bülteni ve dini programlar ile birlikte, çocuk programlarında da ürün yerleştirme yapılması yasaklanmıştır.¹⁴⁷ Bu Kanun hükmü çocuk programlarında ürün yerleştirmeyi

¹⁴³ 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 (A.g.k., md. 9/1-ç).

¹⁴⁴ Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda ve maddeler içeren yiyecek ve içeceklerin ticari iletişimine, çocuk programlarıyla birlikte veya bu programların içinde yer verilemez (A.g.k., md. 9/7).

¹⁴⁵ 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 reklâm ve tele-alışverişle kesilebilir (A.g.k., md. 10/7).

¹⁴⁶ Alkol ve tütün ürünleri için hiçbir şekilde ticarî iletişime izin verilemez (A.g.k., md. 11/1).

¹⁴⁷ Haber bültenlerinde, çocuk programlarında ve dinî programlarda ürün yerleştirmeye izin verilmez (A.g.k., md. 13/4).

yasaklayarak, çocukların program içinde ürün yerleştirme şeklinde reklamı ve tanıtımı yapılan ürünlerle ilgili ticari etkiye maruz kalmalarını engellemektedir.

Kanun'un "Koruyucu sembol sistemi" başlıklı 24'üncü maddesinin birinci fıkrasında, "Medya hizmet sağlayıcılar, koruyucu sembol sistemi kullanarak, izleyicileri program hizmetlerinin içeriği hakkında sesli veya yazılı olarak bilgilendirir." hükmü yer alır.¹⁴⁸ Koruyucu semboller, 6112 Sayılı Kanun'un 3'üncü maddesinin birinci fıkrasının (j) bendinde "Yayın hizmetinin içeriği hakkında izleyicilerin bilgilendirilmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcılar tarafından kullanılan ortak semboller"¹⁴⁹ şeklinde tanımlanmıştır. Ahmet Çiftci'nin de belirttiği gibi koruyucu semboller, genel olarak bütün toplumu ama özellikle çocukları ve gençleri kendileri için zararlı olabilecek yayın içeriklerinden korumak için hazırlanmıştır.¹⁵⁰

Kanun'un "Görev ve yetkiler" başlıklı 37'nci maddesinin birinci fıkrasının (y) bendinde yer alan hükme göre, yayın hizmetlerinde aile ile birlikte çocuğun da korunması esastır. Çocukların ve gençlerin gelişimini destekleyen niteliklere sahip olan programlar, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ile birlikte belirlenecek esaslara göre desteklenecektir.¹⁵¹ Bu Kanun bendi ile aile yaşamını ve çocuk ve gençlerin gelişimlerini destekleyen yapılara RTÜK ve Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı işbirliği ile destek verilmesi hüküm altına alınmıştır. Bu hüküm doğrultusunda, Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik çıkarılmıştır. Bu Yönetmelik kapsamında yapılan düzenlemeler bir sonraki bölümde ele alınmaktadır.

- *İkincil Mevzuat Kapsamındaki Düzenlemeler*

6112 sayılı Kanun'da yer alan bu aslî düzenlemelerin yanı sıra ikincil mevzuatta da çocukların korunmasına yönelik düzenlemeler yer almaktadır. Burada Kanun ile bire bir düzenleme kapsamında yer alanlara mükerrer olmaması açısından yer verilmemiş,

¹⁴⁸ A.g.k., md. 24/1.

¹⁴⁹ A.g.k., md. 3/1-j.

¹⁵⁰ Ahmet Çiftci, *Vatandaşlık Bilgisi Demokrasi ve İnsan Hakları*. (Ankara: Gazi Kitabevi, 2017, Geliştirilmiş 5. Baskı), 346.

¹⁵¹ Yayın hizmetlerinde ailenin ve çocukların korunması ilkesini gözeterek, ailenin bütünlüğü ve sürekliliği ile çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimlerini destekleyecek nitelikteki aile ve çocuk dostu yapım ve dizileri, Üst Kurulca bir önceki yılda uygulanan idari para cezalarının yüzde yirmisini aşmamak kaydıyla, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ile birlikte belirlenecek usul ve esaslara göre teşvik etmek. (6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, RG: 03.03.2011, 27863, md. 37/1-y).

farklı kapsamda olduğu değerlendirilen düzenleme ve denetleme ilkelerine yer verilmiştir.

- Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik Kapsamındaki Düzenlemeler

Yukarıda sözü edilen, 6112 sayılı Kanun'un "Görev ve yetkiler" başlıklı 37'nci maddesinin birinci fıkrasının (y) bendinde yer alan, Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ile RTÜK iş birliği ile aile yaşamını ve çocuk ve gençlerin sağlıklı gelişimini destekleyen yapımlara destek verilmesi hükmüne koşturularak, 8 Mayıs 2018 tarihinde Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik çıkarılmıştır.

Bu Yönetmelik ile yayın hizmetlerinin ailenin bütünlüğüne ve çocukların gelişimine uygun olması amaçlanmıştır. Yönetmelik'in "Aile ve çocuk dostu yapım ve dizi değerlendirme ilkeleri" başlıklı 6'ncı maddesinde ilkeler detaylı bir şekilde düzenlenmiştir.¹⁵²

-
- ¹⁵² (1) Medya hizmet sağlayıcılarının teşvik ödülü almak için başvurdukları yapım ve dizilerin; ailenin ve çocukların korunması, ailenin bütünlüğü ve sürekliliği, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimlerinin desteklenmesi ilkelerine uygunluğunun yanı sıra Kanunda düzenlenen diğer ilkelere uygunluğu da esastır.
- (2) Değerlendirme dönemi içerisinde, Üst Kurul tarafından, uyarı dâhil herhangi bir idari yaptırım uygulanan yapım ve diziler değerlendirmeye alınmaz.
- (3) Aile ve çocuk dostu yapım ve dizileri yayınlayan medya hizmet sağlayıcılarına teşvik ödülü ile aile ve çocuk dostu yapım ve dizi unvanı verilmesinde, Bakanlık ile birlikte belirlenen;
- a) Aile bütünlüğünün korunması ve güçlendirilmesinin hedeflenmesi,
- b) Milli, manevi ve kültürel değerlerin korunması ve gelecek nesillere aktarılması,
- c) Fiziksel, sosyal ve kültürel farklılıklara saygı gösterilmesi,
- ç) Aile içi dayanışmanın ön planda tutulması ve aile bireylerinin karar alma süreçlerinde fikirlerini demokratik bir şekilde ifade edebilmesi,
- d) Gereksiz ve aşırı tüketimin zararları konusunda ailelerin bilinçlendirilmesi,
- e) Her türlü bağımlılık ile mücadelenin teşvik edilmesi ve bu konuda farkındalığın artırılması,
- f) Aile içerisinde yaşanan problemlerin çözümüne yönelik olumlu örneklerle yer verilmesi,
- g) Doğayı ve hayvanları koruma bilincinin kazandırılması,
- ğ) Çocuklara sağlıklı yaşam alışkanlıkları ile düzenli ve dengeli beslenme bilincinin kazandırılması,
- h) Medya içeriklerini analiz edebilen, bilinçli medya kullanıcısı olmanın vurgulanması,
- ı) Çocukların ve gençlerin sosyal, duygusal, zihinsel ve ahlaki gelişimlerinin desteklenmesi,
- i) Aile içinde ve dışında çocuğun özgüveninin geliştirilmesine yönelik örnekler sunulması,
- j) Çocukların ve gençlerin kişilik gelişimini destekleyen ilgi, yetenek ve becerilerin ön plana çıkarılması ve geliştirilmesi,
- k) Çocuklara doğru bilgi edinme yollarının öğretilmesi,
- l) Ebeveynlerin ve çocukların çocuk hakları ve sorumlulukları konusunda bilinçlendirilmesi,
- m) Çocuklara eleştirel düşünme ve karar alma becerilerinin kazandırılması,
- n) Çocukların bilimsel, sanatsal, kültürel ve sportif faaliyetlere yönlendirilmesi,
- o) Kadının saygınlığını, değerini ve haklarını ön plana çıkaran unsurlara yer verilmesi,

Söz konusu Yönetmelik kapsamında aile ve çocuk dostu program ve dizilerin belirlenmesi, 6'ncı maddede düzenlenen bu ilkelere göre gerçekleştirilmektedir. Söz konusu Yönetmelik kapsamında, 8'inci maddedeki¹⁵³ esaslara göre bir Alt Komisyon ve 9'uncu maddedeki¹⁵⁴ esaslara göre Seçici Kurul belirlenir. Öncelikle Alt Komisyon tarafından değerlendirilen başvurular, Seçici Kurula gönderilir. Seçici Kurul, her kategoride dereceye giren yapım ve dizileri belirler. Seçilen yapım ve dizilere hem teşvik ödülü ödenir, hem de onlara aile ve çocuk dostu yapım unvanı verilir. 11'inci maddede hüküm altına alındığı üzere teşvik ödülleri, Üst Kurul tarafından bir önceki yıl içinde verilen idari para cezalarının toplam miktarının yüzde yirmisini aşmamak şartıyla, Üst Kurul bütçesindeki ödenekten karşılanır.¹⁵⁵ Görüldüğü üzere, söz konusu Yönetmelik Türk televizyonlarında yayınlanan, aile yapısını ve çocuk ve gençlerin gelişimini önemseyen yapım ve dizilere teşvik uygulamasını devreye sokmuştur. Bu nedenle bu Yönetmelik, çocuk ve gençlerin korunmasına yönelik en önemli mevzuat metinlerinden biridir.

- Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik Kapsamındaki Düzenlemeler

21.3.2018 tarihinde 7103 sayılı Kanun ile 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'a eklenen 29/A maddesi ile internet üzerinden yapılacak yayınlar ile ilgili düzenleme yapılmıştır.¹⁵⁶ Bu kapsamda 1 Ağustos

ö) Engelli ve yaşlılara yönelik farkındalık oluşturulması, toplumsal hayata katılarak aktif bir yaşam sürmelerinin desteklenmesi ve farklılıklarına saygı gösterilmesinin önemine vurgu yapılması,

p) Engellilik ve yaşlılığa ilişkin negatif algıların önlenmesi,

r) İnternet, cep telefonu, sosyal medya, dijital oyunlar gibi medya araçları ve uygulamalarının aile içi iletişim üzerindeki olumsuz etkilerini ortadan kaldırmaya yönelik bilgilendirme ve bilinçlendirme yapılması,

s) Aile bireylerinin birlikte nitelikli zaman geçirmesine ilişkin örnekler sunulması,

ş) Özel gün ve haftaların öneminin vurgulanması,

t) Türkçenin doğru, güzel ve anlaşılır şekilde kullanılması, ilkeleri dikkate alınır. (Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik, RG: 08.05.2018, 30415, md. 6).

¹⁵³ a.g.y., md. 8.

¹⁵⁴ a.g.y., md. 9.

¹⁵⁵ a.g.y., md. 11/1.

¹⁵⁶ İnternet ortamından radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetlerinin sunumuna, bu hizmetlerin iletimine, internet ortamından medya hizmet sağlayıcılara yayın lisansı, platform işletmecilerine de yayın iletim yetkisi verilmesine, söz konusu yayınların denetlenmesine ve bu maddenin uygulanmasına ilişkin usul ve esaslar, Üst Kurul ile Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu tarafından bu maddenin yürürlüğe girdiği tarihten itibaren altı ay içerisinde müştereken çıkarılacak yönetmelikle düzenlenir. (6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, RG: 03.03.2011, 27863, md. 29A/5).

2019 tarihli Resmî Gazetede yayımlanan “Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik” yürürlüğe girmiştir. Söz konusu yönetmelikte yapılan bazı düzenlemeler ile çocukların korunmasına yönelik adımlar da atılmıştır.

Söz konusu Yönetmeliğin 21’inci maddesi “Çocukların korunması” başlığına sahiptir. Bu maddede, “internet ortamından yayın lisansı verilen medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile yayın iletim yetkisi verilen internet yayın platform işletmecilerine”, çocukları medyanın zararlı içeriklerinden korumak amacıyla ebeveyn kontrolü uygulamalarını devreye koymaları zorunluluğu getirilmiştir.¹⁵⁷ Günümüzde, internet ortamından yapılan yayınlarda medyanın zararlı içeriklerinden çocukların korunması için kullanılan yaygın ebeveyn kontrolü uygulamaları, koruyucu sembol sistemi, korumalı saatler, yaş sınırlaması, pin kodu ya da çocuk kilidi, çocuk profili ve çocuklara özel oynatıcı uygulamalarını kapsar.¹⁵⁸ Türkiye’de, RTÜK’ten yayın lisansı almış olan isteğe bağlı yayın hizmeti sunan kuruluşların birçoğunda, söz konusu ebeveyn kontrolü uygulamalarından biri veya birkaçı uygulanmaktadır.¹⁵⁹

- *Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik Kapsamındaki Düzenlemeler*

Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik birçok açıdan 6112 sayılı Kanun ile benzer düzenlemeleri içermektedir. Mükerrer olmaması açısından sadece farklılıklara değinmenin yerinde olduğu düşüncesi ile ilgili kısımlara değinilecektir.

Yönetmelik’in “Tanımlar” başlıklı 4’üncü maddesinde konumuzu ilgilendiren tanımlar da yer almaktadır.¹⁶⁰ Özellikle korumalı saat tanımı ile yayınlarda çok küçük bir

¹⁵⁷ (1) İnternet ortamından yayın lisansı verilen medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile yayın iletim yetkisi verilen internet yayın platform işletmecileri, çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar verebilecek türde yayınlara ebeveyn kontrolünü sağlayıcı tedbirleri almakla yükümlüdür. (2) Çocuğun üye olamayacağı ve kişiye özel üyelik sistemi ile hizmet veren internet ortamından yayın lisansı verilen medya hizmet sağlayıcılar ile internet yayın platform işletmecilerine, 6112 sayılı Kanundaki ve bu Yönetmelikteki çocukların korunması amacına yönelik hükümler uygulanmaz (Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik, RG: 01.08.2019, 30849, md. 21).

¹⁵⁸ Selman Salmanlı, İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinde Ebeveyn Kontrolü Uygulamaları (Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi, RTÜK, 2022), 52-58.

¹⁵⁹ a.g.e., s. 72-96.

¹⁶⁰ o) Korumalı saatler: Çocuk ve gençlerin, yayınları izleme veya dinleme ihtimali olan 24:00-05:00 saat aralığı dışındaki zaman dilimini,
hh) Zararlı içerik: Yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimini olumsuz etkileyebilecek türdeki yayın içeriğini,

zaman dilimi hariç tamamı çocuk ve gençlerin sağlığı için korumalı saatler olarak belirlenmiştir.

6112 sayılı Kanun'da olduğu gibi söz konusu Yönetmelik'te de 8'inci madde yayın ilkelerini düzenlemektedir. Yönetmelik'te yer alan 8'inci madde, Kanun'dan daha ayrıntılı düzenlemeler içermektedir. Birinci fıkranın 8 bendindeki hükme göre, yayın içerikleri çocuklara karşı istismar ve şiddet içeremez ve bunları teşvik edemez. Çocukların yer alacağı sahneler var ise, bu sahnelerin içeriği programda rol alan çocukların gelişimine zarar verecek niteliklere sahip olamaz. Yine birinci fıkranın 8 bendindeki hükme göre, tütün, alkol ve uyuşturucu gibi bağımlılık yapan maddeler ile kumar oynamanın özendirilmesi yasaklanmıştır. 8'inci maddenin ikinci fıkrasındaki hükme göre ise, çocukların ve gençlerin gelişimine zarar verebilecek içeriklere sahip olan yayınlar, bunların seyredebileceği korumalı saatler içinde, koruyucu sembol kullanılsa bile yayınlanamaz. Üçüncü fıkra hükmüne göre ise, isteğe bağlı yayın hizmeti sağlayan kuruluşlar da çocuk ve gençlerin gelişimine zarar verebilecek türden yayın içeriklerini, bunların normal koşullar altında göremeyecekleri ya da duyamayacakları şekilde sunmak zorundadır.¹⁶¹

-
- ii) Çocuk: Henüz on sekiz yaşını doldurmamış kişiyi,
- jj) Çocuk Programı: Çocuklara yönelik hazırlanmış, çocukların zevklerini ve öğrenim alışkanlıklarını oluşturan ve bunlara uygun program türünü, ifade eder (Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, RG: 02.11.2011, 28103, md. 4).
- ¹⁶¹ (1) 8) Çocuklara, güçsüzlere ve engellilere karşı istismar içeremez ve şiddeti teşvik edemez. Bunlara karşı her türlü ayrımcılık, fiziksel, duygusal, sözel ve cinsel şiddet teşvik edilemez. Çocukların yer aldığı sahnelerin içeriği, bu programlara katılan ya da bunlarda rol alan çocukların fiziksel, zihinsel veya duygusal gelişimine zarar verecek unsurlar içeremez. Çocuklara yönelik verilecek ödüller onların yaş aralığına uygun olmalıdır.
- h) Alkol, tütün ürünleri ve uyuşturucu gibi bağımlılık yapıcı madde kullanımı ile kumar oynamayı özendirici nitelikte olamaz. Yetkili makamlarca ya da bunların izniyle düzenlenen şans oyunlarının yer aldığı yayınlar; bu tür oyunların maddi, sosyal veya duygusal açıdan zarara sebebiyet verecek şekilde oynanmasını teşvik edemez.
- (2) Radyo ve televizyon yayın hizmetlerinde, çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar verebilecek türde içerik taşıyan programlar bunların izleyebileceği korumalı saatlerde, koruyucu sembol kullanılsa dahi yayınlanamaz. Korumalı saatlerdeki program tanıtımlarında çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlakî gelişimine zarar verebilecek türde şiddet, cinsellik ve benzeri unsurlar taşıyan içeriklere yer verilemez.
- (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. Bu programlar şifre sistemi veya benzer korumalı bir sistem olmaksızın ve abonenin yetişkin olduğundan emin olarak tedbirler alınmaksızın ve çocukların erişebilecekleri şekilde yayınlanamaz (Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik, RG: 01.08.2019, 30849, md. 8).

Yönetmeliğin 9’uncu maddesi ticari iletişim yayınlarında genel esasları düzenlemektedir. Söz konusu 9’uncu madde kapsamında da ticari iletişim içeriklerinde çocukların korunmasıyla ilgili hükümler bulunmaktadır. Bu hükümlere göre ticari iletişim içerikleri çocukları kesinlikle istismar etmemeli, onların gelişimine zarar vermemeli, onların saflık ve deneyimsizliklerini kullanarak onları satın alma ya da kiralama davranışına yönlendirmemeli, onların büyüklerine duydukları güveni istismar etmemeli ve onları sebepsiz bir biçimde tehlikeli durumlarda göstermemelidir. Aynı madde, genel diyetlerde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen, zararlı gıdaların çocuk programlarıyla birlikte ticari iletişimini de yasaklamaktadır.¹⁶²

Yönetmeliğin 18’inci maddesi “Çocuk yayınları” başlığını” içermektedir. Bu madde kapsamında, çocuk yayınlarında çizgi filmlere yer veren yayıncı kuruluşların çizgi filmlerinin en az yüzde yirmisinin, diğer çocuk programlarının ise en az yüzde kırkının Türkçe olarak üretilmiş yapımlardan oluşması ve Türk kültürünü yansıtması zorunluluğu getirilmiştir.¹⁶³

¹⁶² Ticari iletişim, yayın hizmeti ilkeleri saklı kalmak kaydıyla;

(6) d) Çocukları hiçbir şekilde istismar etmemelidir. Çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar vermemeli, deneyimsizliklerini veya saflıklarını istismar ederek, çocukları bir ürün veya hizmeti satın almaya veya kiralamaya doğrudan yönlendirmemeli; çocukları reklamı yapılmakta olan ürün veya hizmetleri satın almak için ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik etmemeli; çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu güveni istismar etmemeli veya sebepsiz olarak çocukları tehlikeli durumlarda göstermemelidir. Çocukların sahip oldukları deneyim göz önünde bulundurularak bu kapsamdaki yaş gruplarında gerçek dışı beklentilere neden olunmamalıdır.

(7) Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen yağ, yağa dönüşen asitler, tuz/sodyum ve şeker gibi gıda ve maddeleri içeren yiyecek ve içeceklerin ticari iletişimi;

a) Çocuk programlarının başında ve sonunda veya bu programların içinde yapılamaz.

b) Diğer programlarla birlikte veya bu programların içinde yapılması durumunda, ekranın alt kısmında izleyiciler tarafından rahatça okunabilir, akar bant şeklinde yayınlanacak ve içerisinde düzenli ve dengeli beslenmeyi teşvik eden ifadelerle yer veren Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan yazılı uyarılarla birlikte yapılır. Bu uyarılar Üst Kurulun internet sitesinde yayınlanır.

c) Genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen yiyecek ve içeceklerin tespitinde, Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan liste esas alınır. Bu liste Üst Kurulun internet sitesinde yayınlanır (a.g.y., md. 9).

¹⁶³ (1) Genel ve tematik içerikli yayın yapan televizyon kuruluşlarının, çocuk yayınlarında çizgi filmlere yer vermeleri hâlinde, çizgi filmlerin en az yüzde yirmisinin, diğer çocuk programlarının en az yüzde kırkının Türkçe dilinde üretilmiş yapım olması ve Türk kültürünü yansıtması zorunludur. Bu oranların belirlenmesinde aylık yayın dönemleri esas alınır.

(2) Genel ve tematik yayın yapan televizyon kuruluşları çocuk yayınlarının yayınlanma saatlerini, sürelerini istatistiksel veriler hâlinde ve üretim diline ilişkin bilgiler ile aylık olarak her takip eden ayın 20’sine kadar Üst Kurulun “izlemeburo@rtuk.org.tr” internet adresine elektronik posta ile gönderirler.

(3) Bu maddedeki oranlara televizyon kuruluşları bu Yönetmeliğin yayım tarihinden itibaren beş yıllık süreçte her yıl eşit oranda arttırmak suretiyle tedrici olarak ulaşmak zorundadır (a.g.y., md. 18).

Yönetmeliğin 23'üncü maddesi “Koruyucu Sembol sistemi” başlığı ile düzenlenmiştir. Bu madde kapsamında düzenlenen koruyucu sembol sistemi ya da akıllı işaretler, toplumu, aileyi ve bilhassa çocuk ve gençleri yayınların zararlı içeriklerinden korumayı amaçlayan bir işaretler sistemidir.¹⁶⁴

23'üncü madde ile düzenlenen, temel amacı çocuk ve gençlerimizi medyanın zararlı içeriklerinden korumak olan ve “Akıllı İşaretler” şeklinde de anılan Koruyucu Sembol Sistemi'nde bulunan semboller ve anlamları şu şekildedir:¹⁶⁵

Şekil 2.1: RTÜK Koruyucu Sembol Sistemi



Kaynak: RTÜK İnternet Sayfası

27.03.2018 tarihli ve 30373 sayılı Resmî Gazete’de yayımlanan düzenlemeyle Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik’te değişiklik yapılmıştır. Bu değişiklik sonrasındaki son düzenlemeye göre, genel beslenme diyetlerinde aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda maddelerinin reklamlarının çocuk programlarının başında, sonunda ya da içinde yapılamayacağı hükmü bulunmaktadır. Bunun yanı sıra, diğer programlar içinde bu tür ürünlerin reklamlarının yapılması durumunda ekranın alt bölümünde, düzenli ve dengeli beslenmeyi teşvik eden yazılar, seyirciler tarafından kolayca okunabilecek şekilde, akar bant biçiminde yayınlanmak zorundadır. Bu uyarı yazıları, Sağlık Bakanlığı tarafından belirlenir. Ayrıca aynı düzenlemede, aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıdaların tespitinde Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan listenin esas alınacağı, bu listenin de RTÜK internet sitesinde yer alacağı ifade edilmiştir.¹⁶⁶ Sağlık Bakanlığınca hazırlanan gıda ve içecek listesinin kırımızı kategorisinde bulunan gıdaların

¹⁶⁴ a.g.y., md. 23.

¹⁶⁵ Semboller ve Anlamları, <https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=2&mid=4>, (Son Erişim: 30.01.2022).

¹⁶⁶ Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, md. 9/7-8.

çocuk programlarında reklamına izin verilmeyeceği, turuncu listede yer alan gıdaların çocuk programlarındaki reklamları ile alakalı belirtilen kriterlere uyulması hâlinde izin verilmesi düzenlenmiştir. Yeşil kategoride yer alan ürünlerin reklam sınırlaması ile alakalı bir engel bulunmamaktadır.

- Medya Okuryazarlığı Projesi

Medyanın genel olarak toplum, daha özel olarak ise çocuk ve gençler üzerinde zararlı etkileri bulunduğu dair yaklaşımlar, medya çalışmalarının tarihi kadar eskidir. Çünkü medya ve iletişim çalışmalarının ilk dönemlerinde ortaya atılan kuram ve yaklaşımlar zaten medyanın insanlar üzerinde kuvvetli etkileri olduğuna yönelik güçlü vurgular içeriyordu. Öyle ki, erken dönem medya ve iletişim çalışmaları genellikle, bir bütün olarak “etki paradigması” şeklinde anılır. Medya okuryazarlığı kavramı ise medya ve iletişim çalışmalarının başlangıcından çok sonra, özellikle 1970’li yıllardan itibaren alandaki bir düşünsel kırılma ile ortaya çıkmıştır: Bu yıllardan itibaren insanların medya karşısında pasif ve etkiye açık nesneler gibi durmadığı, medya içeriklerini aktif olarak yorumlayan özneler olduğu yönünde güçlü bir anlayış geliştirilmiştir. Bu çerçevede, medyayı takip eden izleyiciler artık medya karşısında birer “okur” gibi düşünölmeye başlanmıştır. Hatta bununla da yetinilmemiş, medya izleyicilerinin içeriğe katkıda bulunma potansiyeli de hesaba katılarak, onlar aynı zamanda “yazar” olarak anılmaya başlanmıştır.¹⁶⁷ Kavram olarak, böylesi bir tarihsel kırılma içinden gelişmiş olan medya okuryazarlığının eğitimi verilen bir konu alanı olarak gelişmesi ise 1960’lı yıllardan itibaren medya izleyiciliği konusunu gündemine almış olan UNESCO’nun, 1982 yılında yaptığı bir toplantının ardından yayınlanan bildiriye dayanarak gerçekleşmiştir. Almanya’nın Grunwald kentinde düzenlenen bir toplantının ardından yayınlanan bildiride, medya eğitiminin toplumun tüm kesimlerinde yaygınlaştırılması tavsiye edilmiştir.¹⁶⁸ Bu bildiri önemli bir dönüm noktası olmakla birlikte, bunun ardından medya okuryazarlığı eğitiminin dünya ölkelerinde yaygınlaşması için birçok farklı çalışmalar yapılmıştır. Türkiye’de ise medya okuryazarlığı konusunun önemli bir eğitim alanı olarak kurumsallaşmasında öncü kuruluş, RTÜK olmuştur. Medya okuryazarlığının Türkiye’deki durumu ve RTÜK’ün bu konudaki çalışmalarına değinmeden evvel,

¹⁶⁷ Engin Sarı, “Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimi ve Nefret Söylemi”, *İletişim Araştırmaları*, 13/2 (2015): 34. https://doi.org/10.1501/Iltaras_0000000163

¹⁶⁸ a.g.e., s.37.

kavramın genel çerçevesini çizen bir tanım yapmakta yarar vardır. Medya okuryazarlığı kavramı, üzerinde çokça detaylı tartışmaların olduğu bir kavram olmakla birlikte, çok çeşitli yaklaşım ve bakış açılarının üzerinde uzlaşabileceği bir genel tanımını yapmak gerekirse: Yazılı veya yazılı olmayan, farklı türden iletilere erişme, onları çözümleyerek değerlendirebilme ve gerektiğinde iletme becerilerinin bütünü olarak tanımlanabilir.¹⁶⁹ Günümüzde, sosyal medya ortamlarının gelişimiyle birlikte kullanıcıların kendi içeriklerini oluşturmaları da medya okuryazarlığı becerisinin önemli bir parçası haline gelmiştir.

Medya okuryazarlığı, her çeşit medya içeriklerine erişme, bunları çözümleme ve değerlendirebilme ve gerektiğinde kendine özgü içerikler oluşturabilme becerilerinin bütünüdür. Yaygın olarak kabul edilen tanıma göre bu şekilde özetlenebilecek olan medya okuryazarlığı, çocukların gelişimleri bakımından da önemli bir beceriler bütünüdür. Çünkü, medya içeriklerinin çocukların gelişimleri üzerinde olumlu ve olumsuz yönde etkileri olduğu bilinmektedir. Toplumdaki bireylerin çocukluktan itibaren medyayı daha doğru ve verimli kullanmaları için, medya okuryazarlığı becerileri gereklidir. Bu nedenle medya okuryazarlığı eğitimleri, çocukluktan itibaren düzenli olarak sürdürülmelidir. Medyanın doğru ve verimli kullanımıyla ilgili verilen tüm eğitimler, "medya okuryazarlığı" eğitimi olarak adlandırılmaktadır.¹⁷⁰

RTÜK, Millî Eğitim Bakanlığına bağlı okullarda Medya Okuryazarlığı dersinin okutulmaya başlandığı 2006-2007 eğitim-öğretim yılından bu yana ders materyallerinin güncellenmesi dâhil olmak üzere konuyla ilgili tüm süreçlerde etkin olarak rol almıştır. 2014 ve 2018 yıllarında, Medya Okuryazarlığı dersinde kullanılan Öğretim Programı ve ders kitabı güncel tartışma ve gerekliliklere uygun olarak güncellenmiştir. Ayrıca RTÜK tarafından, Medya Okuryazarlığı dersinin öğrenciler üzerindeki etkilerini ve çıktılarını araştırmak amacıyla, 2012 ve 2015 yıllarında Medya Okuryazarlığı dersi araştırmaları

¹⁶⁹ Renee Hobbs, "Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma", Çev. Melike Türkân Bağlı, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37/1 (2004): 122. https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000090

¹⁷⁰ RTÜK, "Medya Okuryazarlığı Nedir?", https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=B7AA7732-1593-4B32-BDE5-D76E64C2A5FA&MenuId=2, (Son Erişim: 31.01.2022).

yapılmıştır.¹⁷¹ RTÜK’ün Medya Okuryazarlığı Projesi, 2008 yılında Altın Pusula Ödülü’ne layık görülmüştür.¹⁷²

RTÜK tarafından yönetilen, medya okuryazarlığına ilişkin konuların yer aldığı önemli bir internet sitesi mevcuttur: www.medyaokuryazarligi.gov.tr. Bu sitede medya okuryazarlığı ve Medya Okuryazarlığı dersi hakkında çeşitli materyaller mevcuttur.

- İyi Uykular Çocuklar Projesi

RTÜK ve Televizyon Yayıncıları Derneği’nce ortaklaşa ortaya konulan proje ile çocukların erken yatmasını sağlamak ve geç saatlerdeki televizyon yayınlarının olası zararlı etkilerinden korunmaları amaçlanmaktadır. Proje, ebeveynleri de bu konuda duyarlı olma konusunda özendirmeyi hedeflemektedir. Bu kapsamda akşam 21:30’dan sonra animasyon şeklindeki “İyi Uykular Çocuklar” bandı ekranın altında verilmektedir.¹⁷³ İyi Uykular Çocuklar Projesi, televizyondaki zararlı içerikleri yasaklamak yerine onlar karşısında toplumda duyarlılık geliştirmeyi amaçlayan bir projedir. İyi Uykular Çocuklar projesi kapsamında hazırlanan alt bant şeklindeki animasyonlar ve çocukların geç saatlere kadar uyanık ve televizyon karşısında kalmaması konusunda çocukları ve ebeveynleri uyaran çeşitli uyarı reklamları, projenin uygulamaya konulduğu 2010 yılından itibaren televizyon kanallarında yayınlanmıştır.¹⁷⁴ 2018 yılının Aralık ayında ise, İyi Uykular Çocuklar bandı RTÜK tarafından yenilenmiş ve bu tarihten itibaren bu yeni bant kullanılmaya başlanmıştır.¹⁷⁵

- Yayıncılık Etik İlkeleri

RTÜK’ün önderliğinde, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlarla birlikte belirlenen ve imzalanan Yayıncılık Etik İlkeleri de içinde çocukların ve gençlerin korunması ile ilgili hükümler bulunan önemli bir metindir. Her ne kadar bir mevzuat metni olmasa da,

¹⁷¹ “Medya Okuryazarlığı Araştırmaları”, https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=15237D90-678D-4360-8BB9-B2FE39B7CBA8&MenuId=6, (Son Erişim: 31.01.2022).

¹⁷² “Medya Okuryazarlığına Altın Pusula”, https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=15CB78F8-4FB9-4EEB-9EF9-31D74F7987F5&MenuId=2, (Son Erişim: 31.01.2022).

¹⁷³ Güven, Selahattin, Medyada Küçüklerin Korunmasına İlişkin Düzenlemeler, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Uzmanlık Tezi, Ekim, 2021.

¹⁷⁴ “İyi Uykular Çocuklar”, <https://www.rtuk.gov.tr/iyi-uykular-cocuklar/227>, (Son Erişim: 31.01.2022).

¹⁷⁵ Anadolu Ajansı, “RTÜK ‘İyi Uykular Çocuklar’ı yeniledi”, 20 Aralık, 2018. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/rtuk-iyi-uykular-cocuklari-yeniledi/1343830>, (Son Erişim: 31.01.2022).

toplumun genel yararı konusunda medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile onların etkinlik alanını düzenleme ve denetleme yetkisini elinde bulunduran RTÜK'ün birlikte imzaladığı bu etik ilkeler, medyanın ortak denetimi konusunda önemli bir etik çerçeve çizmektedir. Bu kapsamda, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile birlikte daha önce de imzalanmış olan Yayıncılık Etik İlkeleri, 2018 yılında güncellenerek “Görsel-İşitsel Yayıncılık Etik İlkeleri” adıyla yeniden düzenlenmiştir. Görsel-İşitsel Yayıncılık Etik İlkeleri, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlardan TRT, Doğuş Yayın Grubu, A Haber, ATV, Akit TV, NTV, FOX TV, Habertürk, Beyaz TV, Bloomberg, CNN Türk, D Smart, Kanal D, Digitürk, Halk TV, Kanal 7, Show TV, Star TV, TGRT, TV Net, Ülke TV, TV8, TV5, 24 TV, 360 TV ve Ulusal Kanal ile Anadolu Yayıncılar Derneği, Radyo ve Televizyon Yayıncıları Meslek Birliği, Televizyon Yayıncıları Derneği, Güç Telekom, Reklam Verenler Derneği, Türksat, Turkcell, Vodafone, Türk Telekom, Tivibu, Ulusal Radyo Yayıncıları Derneği temsilcileri tarafından imzalanmıştır.¹⁷⁶

Görsel-İşitsel Yayıncılık Etik İlkeleri, toplam 20 maddeden oluşmaktadır. Bu 20 maddelik ilkelerin içinde çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik olan madde kapsamında medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar: “Çocukların korunması ilkesini azami gözetmeyi, çocukların ve gençlerin fiziksel zihinsel ve ahlaki gelişimini olumsuz etkileyen yayınlar yapmamayı” taahhüt etmişlerdir.¹⁷⁷

- ***Çocuk Dostu Yayıncılık İlke Rehberi***

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, 11 Ocak 2022 tarihinde Ankara’da Çocuk Dostu Yayıncılık Çalıştayı düzenlemiştir. Çalıştaya medya temsilcileri, sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri, RTÜK yetkilileri ve akademisyenler katılmıştır. Çalıştayda konuşma yapan RTÜK Başkanı Ebubekir Şahin, RTÜK’ün çocukların yararına etkinlik gösteren sivil toplum kuruluşlarının her zaman yanında olmaya gayret ettiğini ve bu tür çalışmaları her zaman destekleyeceklerini bildirmiştir.¹⁷⁸ Söz konusu Çalıştay’da, meslek birlikleri, akademisyenler ve medya temsilcilerinin katkısıyla “Çocuk Dostu Yayıncılık

¹⁷⁶ Anadolu Ajansı, “Radyo ve Televizyon Yayın Etik İlkeleri' güncellendi”, 12 Aralık 2018. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/radyo-ve-televizyon-yayin-etik-ilkeleri-guncellendi/1336270#> (Son Erişim: 31.01.2022).

¹⁷⁷ Görsel - İşitsel Yayıncılık Etik İlkeleri, <https://www.rtuk.gov.tr/yayinci-duzenlemeleri/3746/3908/yayincilik-etik-ilkeleri.html> (Son Erişim: 31.01.2022).

¹⁷⁸ TRT Haber, “Çocuk Dostu Yayıncılık Çalıştayı Ankara'da düzenlendi”, 11 Ocak 2022. <https://www.trthaber.com/haber/gundem/cocuk-dostu-yayincilik-calistayi-ankarada-duzenlendi-644216.html> (Son Erişim: 04.02.2022).

Rehber İlkeleri” oluşturulmuştur. İlerleyen tarihlerde bütünüyle açıklanacağı bildirilen Çocuk Dostu Yayıncılık Rehber İlkeleri, Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşme ve Türkiye Cumhuriyeti Anayasası temel alınarak hazırlanmıştır. Söz konusu rehber ilkeler arasında şu önemli ilkeler yer almaktadır:

“Çocuğa yönelik ihmal ve istismar ile ilgili içeriklerden oluşan haber ve programların sunumunun çocukların bilişsel ve duygusal gelişimlerine olumsuz etki edeceğinin unutulmaması, içeriklerin bu hassasiyet göz önünde bulundurularak hazırlanması,
Çocuk istismarı ve ihmaline yönelik yayınların uzun süreli ve yoğun biçimde verilmesinin duyarsızlaşma ve normalleştirme oluşturabileceğinin unutulmaması,
İstismar olayının yaratacağı her türlü fiziksel, psikolojik vb. etkilere değinerek olayın ciddiyetini kesin olarak aktaran bir dil tercih edilmesi,
Çocuğa yönelik ihmal ve istismara ilişkin haber içeriklerinde çocuk gelişim uzmanı, konuya yönelik çalışmaları bulunan sosyal hizmet uzmanı, psikolog, psikolojik danışman veya avukat gibi alanında uzman kişilerin konuya ilişkin görüşlerinin alınması, hedef kitlenin farkındalığının artırılmaya çalışılması ve önleyici-koruyucu tedbirlerin neler olabileceğinin tartışılması,
Medya içeriklerinde çocukların yalnızca ihmal ve istismar haberleriyle değil eğitim, sanat, kültür, spor gibi alanlardaki başarılarıyla gündeme getirilmesi, İstismara maruz kalan çocukların mahvolmuş olduğu imasının yapılmaması, istismara uğramış olmanın ömür boyu taşınacak bir etiket olmadığının belirtilmesi,
Kişisel verilerin korunması kapsamında, haberlerde ve gündüz kuşağı programlarında yer alan olay örgülerinde çocuk haklarının ihlal edilmemesi, Sansasyonel, çarpıcı görüntü ve seslere yer verilmemesi, olayların magazinsel hale getirilmeden sunulması,
İstismar suçlarının karşılığında verilen ceza örneklerine değinilerek ve fikri takip ilkesi gözetilerek cezai müeyyide neticesinin kamuoyu ile paylaşılması yoluyla caydırıcılık algısının artırılması,
Çocukların bedensel söz hakları göz önünde bulundurularak bilhassa bebeklerin ve çocukların, bir sempati unsuru olarak dahi olsa bedenlerinin teşhir edilmemesi, çocukların yetişkin gibi temsil edilmemesi gerekiyor.”¹⁷⁹

Görüldüğü gibi RTÜK, çocuk ve gençlerin zararlı yayın içerikleri karşısında korunması için yasa ve yönetmelikler ile kendisine verilen denetleme görevi ve medya okuryazarlığı becerilerini topluma kazandırarak insanların öz korunma yolları geliştirmesine yardımcı olma misyonunu yerine getirmekle birlikte, yayıncı kuruluşlar ve akademisyenlerin de katkılarıyla alanda söz hakkı bulunan tüm paydaşlarla birlikte ortak denetim mekânizmaları geliştirmektedir. Çocuk Dostu Yayıncılık Rehber İlkeleri, ortak denetim konusunda tüm tarafların katkıda bulunduğu önemli bir metindir.

¹⁷⁹ Havva Zorlu, “RTÜK, Yakında Yayınlanacak ‘Çocuk Dostu Yayıncılık İlke Rehberini’ Duyurdu”, www.webtekno.com, 11 Ocak, 2022. <https://www.webtekno.com/rtuk-cocuk-dostu-yayincilik-ilke-rehberini-duyurdu-h119533.html> (Son Erişim: 05.02.2022).

- ***Basın ve Yayın Faaliyetleri Konulu Cumhurbaşkanlığı Genelgesi***

29 Ocak 2022 tarihinde, Cumhurbaşkanlığı tarafından, Basın ve Yayın Faaliyetleri Konulu Genelge Resmî Gazete’de yayınlanmıştır. Söz konusu Genelge’de dijital çağda medyanın imkânlarından en iyi şekilde yararlanmanın yanında, zararlı etkilerinden korunmanın da çok önemli olduğu vurgulanmıştır. Bu kapsamda, özellikle ailenin, çocukların ve gençlerin medyanın zararlı içeriklerinden korunmasının uluslararası boyutta önemsenen bir konu olduğuna yapılan vurgunun ardından, Türkiye Cumhuriyeti Anayasasının “Ailenin korunması ve çocuk hakları” başlıklı 41’inci maddesine ve “Gençliğin korunması” başlıklı 58’inci maddesine atıf yapılmıştır. Bu kapsamda, Genelge’de çocukların ve gençlerin korunması ile ilgili hususlara da yer verilmiştir.¹⁸⁰

2.4.3. Diğer Mevzuat Kapsamında Çocukların ve Gençlerin Korunması ile İlgili Düzenlemeler

- ***Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Düzenlemeleri***

Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi’nin İkinci Bölümü, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı’na dair düzenlemeleri içerir. Söz konusu Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi’nin İkinci Bölümünde bulunan 69’uncu maddesinde (birinci fıkra), Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğünün görev ve yetkileri düzenlenmiştir. Buna göre söz konusu Genel Müdürlük, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı’nın çocukları korumaya, geliştirmeye ve gerektiğinde rehberlik edici etkinliklerini yürütmek, çocuklara yönelik sosyal hizmetlerin yürütülmesinde gerekli çalışmaları yapmak ve koordinasyon sağlamak, politikaların uygulanmasını ve izlenmesini sağlamak, çocukların ihmal ve istismardan korunması için her türlü önleyici mekânizmaları çalıştırmak, çocukların

¹⁸⁰ Toplumumuzun temel değerlerine aykırı unsurlar taşıdığı gözlenen ve son günlerde özellikle yabancı içeriklerin uyarlaması şeklinde ekranlara gelen televizyon programlarının toplum üzerindeki yıkıcı etkilerini bertaraf edecek adımlar ivedilikle atılacak,

Birtakım semboller kullanılmak suretiyle verilmeye çalışılan mesajlarla çocuk ve gençlerin zihin dünyalarını hedef alan yapılardan onları koruyacak, aile ve çocuk dostu yapımlar teşvik edilecek, Medya aracılığıyla milli ve manevi değerlerimizi yıpratmaya, aile ve toplum yapımızı temelinden sarsmaya yönelik açık veya örtülü faaliyetlere karşı Anayasa, kanun ve ilgili diğer mevzuatla düzenlenen müeyyidelerin gereği yerine getirilecek, Toplumun geneline hitap eden bu tür medya içeriklerinin özellikle aile, çocuk ve gençlerimiz üzerinde oluşturacağı olumsuz etkilerin önlenmesi amacıyla ulusal ve yerel medya organlarının tehdit ve tehlike oluşturan bu tür yapımlarına karşı ilgili kurum ve kuruluşlar tarafından gerekli tüm tedbirler gecikmeksizin alınacaktır. (Basın ve Yayın Faaliyetleri Konulu Genelge (2022/1), RG: 29.01.2022, 31734).

korunması konusunda kamu kurum ve kuruluşları dâhil olmak üzere çeşitli kişilerle iş birliği yapmak gibi birçok konuda görevlidir.¹⁸¹

Çocuk Hizmetleri Genel Müdürlüğü teşkilatında yer alan daire başkanlıkları şunlardır:

Çocuk Hakları Daire Başkanlığı, Koruyucu ve Önleyici Hizmetler Daire Başkanlığı, Öksüz, Yetim ve Gündüz Hizmetleri Daire Başkanlığı, Araştırma-Geliştirme ve Proje Daire Başkanlığı, Aile Yanında Destek Hizmetleri Daire Başkanlığı, Yönetim Hizmetleri Daire Başkanlığı, Rehberlik ve Toplumsal Destek Hizmetleri Daire Başkanlığı, Bakım Hizmetleri Daire Başkanlığı, Sosyal Rehabilitasyon Hizmetleri Daire Başkanlığı, Kalite ve Hizmet Planlama Daire Başkanlığı.¹⁸²

Çocuk Hakları Daire Başkanlığının görevleri şu şekilde belirlenmiştir:

“1. Çocuk Hakları İzleme ve Değerlendirme Kurulunun sekretarya işlemlerini yürütmek,

- ¹⁸¹ a) Bakanlığın çocuklara yönelik koruyucu, önleyici, eğitici, geliştirici, rehberlik ve rehabilite edici sosyal hizmet faaliyetlerini yürütmek ve koordine etmek,
b) Çocuklara yönelik sosyal hizmetler konusunda politika ve stratejiler belirlenmesi amacıyla gerekli çalışmaları koordine etmek, belirlenen politika ve stratejileri uygulamak, uygulanmasını izlemek ve değerlendirmek,
c) Kamu kurum ve kuruluşları, gönüllü kuruluşlar ile gerçek ve tüzel kişilerce çocuklara yönelik yürütülen sosyal hizmetlere ilişkin ilke, usûl ve standartları belirlemek ve bunlara uyulmasını sağlamak,
ç) Çocukların her türlü ihmal ve istismardan korunması ve sağlıklı gelişimi için gerekli önleyici ve telafi edici mekânizmaları oluşturmak ve uygulamaya koymak
d) Geçici ya da sürekli olarak aile ortamından mahrum kalan veya yüksek yararı ailesinin yanında bulunmamayı gerektiren çocuklara, özel bakım ve koruma hizmeti sunmak,
e) Özel surette korunması gereken çocuklara yönelik hizmetleri, habersiz denetimleri de kapsayacak şekilde yerinde denetlemek, tespit edilen aksaklıklara ve yetersizliklere karşı gerekli önlemleri ivedilikle almak,
f) Özel surette korunması gereken çocuklara en nitelikli hizmetin verilebilmesini teminen, fiziki altyapı, nitelikli personel yetiştirilmesi ve istihdamı gibi hususlarda her türlü önlemi almak,
g) Özel surette korunması gereken çocukların ilgili mevzuat uyarınca işe yerleştirilmesi işlemlerinde koordinasyonu sağlamak,
ğ) Özel surette korunması gereken çocuklara yönelik hizmetler konusunda kamu kurum ve kuruluşlarıyla gönüllü kuruluşlar arasında işbirliği ve koordinasyonu sağlamak, bu alandaki gönüllü girişimleri teşvik edici mekânizmaları geliştirmek ve uygulamak,
h) Özel surette korunması gereken çocuklar sorununda toplumsal duyarlılığı ve dayanışmayı güçlendirici faaliyet, proje ve kampanyalar düzenlemek,
ı) Evlat edindirme ve koruyucu aile hizmetlerini koordine etmek,
i) 3/7/2005 tarihli ve 5395 sayılı Çocuk Koruma Kanununda belirlenen tedbirleri yürütmek ve koordinasyonunu sağlamak,
j) (Ek:RG-21/4/2021-31461-CK-73/7 md.) 24/5/1983 tarihli ve 2828 sayılı Sosyal Hizmetler Kanununun ek 1 inci maddesi kapsamında yer alanların istihdamına ilişkin iş ve işlemleri kamu personeli bilgi sisteminin bulunduğu kurum ile gerekli koordinasyonu sağlayarak yürütmek,
k) Bakan tarafından verilen diğer görevleri yapmak (Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi, RG: 10.07.2018, 30474, md. 69/1).

¹⁸² Teşkilat Şeması, <https://www.aile.gov.tr/chgm/teskilat-yapisi/teskilat-semasi/>, (Son Erişim: 03.02.2022).

2. Birleşmiş Milletler Çocuk Haklarına Dair Sözleşmenin uygulanması ve izlenmesinin koordinasyonunu sağlamak,
3. Çocuk Hakları Sözleşmesi'ne ek ihtiyari protokollerin (Çocuk Satışı, Pornografisi ve Fahişeliği Ek İhtiyari Protokolü, Çocukların Silahlı Çatışmalara Dâhil Edilmelerine İlişkin Ek İhtiyari Protokol ile bundan sonra imzalanacak olanlar) uygulanması ve izlenmesinin koordinasyonunu sağlamak,
4. BM Çocuk Hakları Sözleşmesinin 44. maddesi gereğince 5 yılda bir periyodik gelişim raporlarını hazırlamak,
5. Çocuk hakları kapsamında faaliyetler düzenlemek ve sonuçların ulusal düzeyde uygulanmasının izlenmesi ve değerlendirilmesine ilişkin iş ve işlemleri yürütmek.
 - a) 20 Kasım Dünya Çocuk Hakları Günü Kapsamında Ulusal Çocuk Forumu Düzenlemeleri,
 - b) Çocuk Hakları İl Çocuk Komiteleri Çalışmaları,
 - c) Sosyal Uyum Programı,
 - d) Çocuk Danışma Kurulu Toplantıları,
 - e) 81 İlimizde Çocuk Hakları Akran Eğitimleri Uygulamaları,
 - f) Çocuk Haklarına İlişkin Her Yıl Afiş, Broşür ve Kitapçık Basımı ve Tüm Türkiye'de Dağıtımı,
 - g) 11 Ekim Dünya Kız Çocukları Günü Kapsamında Yapılan Çalışmalar."¹⁸³

Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı kendisine verilmiş bu görev ve yetkilerle birlikte sosyal medyadan geleneksel medyaya kadar çocukların korunmasına yönelik birçok girişimde bulunmaktadır. Örneğin 2 Haziran 2020 tarihinde ülke gündemini de yoğun bir şekilde düşen Youtube üzerinden çocuk pedofili şeklindeki yayınlarla ilgili harekete geçilmiş ve savcılıklar ile BTK nezdinde girişimlerde bulunulmuştur. Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı yaptığı açıklamada, “Gündem olan YouTube kanalında yer alan içeriklerde aile ve toplum yapımızı bozan genel ahlak kurallarına aykırı ve çocuk cinsel istismarı içeren ifadelerin yer aldığı tespit edilmiştir. (...) Bakanlık olarak erişimin engellenmesi için YouTube ve ilgili kurumlar ile iletişime geçilmiş ve savcılığa başvuruda bulunulmuştur” ifadeleri kullanılmıştır.¹⁸⁴

Görüldüğü gibi Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı da ülke çapında çocukların ve gençlerin korunması ile ilgili yasal hak ve yetkilere sahip olmakla birlikte, bu konuda gerekli girişimlerde de bulunmaktadır.

- 1117 Sayılı Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu

7 Temmuz 1927 tarihinde yürürlüğe giren “Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu”, çocukları ve gençleri medyanın olumsuz etkisinden korumayı amaçlayan ilk kanun olma özelliğine sahiptir. Bu Kanun’un görsel işitsel medyayı doğrudan etkileyen

¹⁸³ Çocuk Hakları Daire Başkanlığı, <https://www.aile.gov.tr/chgm/teskilat-yapisi/baskanliklarimiz/cocuk-haklari-daيره-baskanligi/> (Son Erişim: 08.02.2022)

¹⁸⁴ CNN Türk, “YouTube'daki çocuk istismarı”, 2 Haziran 2020. <https://www.cnnturk.com/video/turkiye/youtubedaki-cocuk-istismari-hesaplari-bakanlik-harekete-gecti> (Son Erişim: 21.06.2020).

hükmü on sekiz yaşından küçüklere satılmasına izin verilmeyen, “küçüklere zararlı” basılı eserlerin reklâmının görsel işitsel medyada yapılamayacağına dair düzenlemedir. “Küçüklere zararlıdır” damgası veya işaretini alan bu yayınlar için “Gazeteler, mecmualar, duvar ve el ilanları, radyo ve TV ile veya diğer suretlerle ilan edilemez, satışı için reklam ve propaganda yapılamaz.”¹⁸⁵ Hükmü getirilmiştir.

Bu Kanun kapsamında sözü edilen muzır neşriyatın belirlenmesi ve mevzuata aykırı durumların tespiti amacıyla, daha önce Başbakanlık bünyesinde faaliyet yürüten bir kurul bulunmaktaydı. Bu kurul, yapılan değişiklikle Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı bünyesine geçmiştir. Söz konusu kurul, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanının belirlediği 1’i başkan olmak üzere 5 üyeden oluşur. Bu 5 üye, Bakanlığın birim amirleri içinden seçilmektedir. Salt çoğunlukla karar alan kurulun sekreteryâ hizmetleri, Bakan tarafından belirlenen Bakanlık ana hizmet birimi tarafından yerine getirilir.¹⁸⁶

- 5395 Sayılı Çocuk Koruma Kanunu'nda Yer Alan Düzenleme ve Denetleme İlkeleri

5395 sayılı Çocuk Koruma Kanunu, 3 Temmuz 2005 tarihinde kabul edilmiş ve 15 Temmuz 2005 tarihli Resmî Gazete’de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. 1’inci maddede yasanın amacı “korunma ihtiyacı olan veya suça sürüklenen çocukların korunmasına, haklarının ve esenliklerinin güvence altına alınmasına ilişkin usûl ve esasları düzenlemek” şeklinde açıklanmaktadır.¹⁸⁷ Kanun’nun 2’nci maddesinde “korunma ihtiyacı olan çocuklar...” cümlesi yer almaktadır. Bu Kanun, Çocuk Hakları Sözleşmesi ile büyük ölçüde örtüşmektedir. Bu Kanun’un uygulanmasında, “Çocuklar hakkında yürütülen işlemlerde, yargılama ve kararların yerine getirilmesinde kimliğinin başkaları tarafından belirlenememesine yönelik önlemler alınması”¹⁸⁸ ilkesi gözetilir. Bu Kanun hükmünün esası, çocuğun kimliğinin belirlenememesi olduğundan, bu Kanun hükmünün radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleri alanında da benzer önlemler alınmasını kapsayacağı anlaşılmaktadır. Özellikle kimliklerin radyo, televizyon ve internet mecralarında açıkça ifşa edilmesi, bilmeyerek de olsa çocukların ve gençlerin süreçlerden olumsuz etkilenmesine neden olabilir. Çocuk Koruma Kanunu temel olarak

¹⁸⁵ Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu, RG: 07.07.1927, 627, md. 4.

¹⁸⁶ A.g.k., md. 2.

¹⁸⁷ Çocuk Koruma Kanunu, RG: 15.07.2005, 25876, md. 1.

¹⁸⁸ A.g.k., md. 4/1-l.

çocukların suça sürüklenmemeleri ve bu bağlamda korunmalarına yönelik hükümleri içerir. Radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleriyle ilişkilendirilebilecek tek koruma ilkesi sözü edilen kimliğin açık edilmemesi ile ilgili olan hükümdür.

- *Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Düzenleme ve Denetleme İlkeleri*

Telekomünikasyon sektörünü düzenlemek ve denetlemek amacıyla bağımsız bir idari otoritenin görevlendirilmesi için, 27.1.2000 tarihli ve 4502 sayılı Kanunla, 2813 sayılı Telsiz Kanunu'nda değişiklik yapılmış ve Telekomünikasyon Kurumu kurulmuştur. Daha sonra, 10.11.2008 tarihli ve 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu'yla, kurumun adı Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu şeklinde değiştirilmiştir. 2813 sayılı Telsiz Kanunu'nun adı da Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun Kuruluşuna İlişkin Kanun şeklinde değiştirilmiştir.¹⁸⁹

Bilgi ve iletişim teknolojileri, son zamanlarda hızlı bir şekilde gelişmiş ve yaygınlaşmıştır. Bu teknolojiler bir yandan yaşamı kolaylaştırırken, bir yandan da mahremiyetin korunması gibi temel konularda yeni riskleri beraberinde getirmiştir. Hem bu teknolojilerin sağladığı faydalardan toplumun yararlanabilmesi, hem de risklere karşı korunabilmesi amacıyla uluslararası düzeyde çalışmalar yapılmaktadır. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu da Uluslararası Telekomünikasyon Birliği ve Avrupa Birliği bünyesinde yürütülen çalışmalara koştur olarak 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu ve 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu ve ilgili mevzuat doğrultusunda çalışmalarını sürdürmektedir.¹⁹⁰

BTK çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerini 5651 sayılı "İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun" aracılığı ile yürütmektedir. Bu Kanun, 23 Mayıs 2007 tarihinde 26530 sayılı Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.

Kanunun 7'nci maddesinde, internet ortamındaki zararlı içeriklerden korunması maksadıyla internet kafelerin çalışmalarına dair esas ve usullerin belirlenmesini öngörmektedir. Buna göre, çocukların istismarı, müstehcenlik ve fuhuş içerikleri olan

¹⁸⁹ Kuruluş, Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, <https://www.btk.gov.tr/kurulus> (Son Erişim: 21.06.2020).

¹⁹⁰ Bilgi Teknolojileri, <https://www.btk.gov.tr/bilgi-teknolojileri> (Son Erişim: 21.06.2020).

internet sitelerine yönelik olarak filtreleme ve bloke yazılımları kullanılmak zorundadır.¹⁹¹ 8'inci maddede ise, internet ortamında işlenen, içerik yönünden Türk Ceza Kanununa göre suç teşkil eden ve erişim engellenmesini gerektiren bazı suçlar yer almaktadır. Bu hükme göre, çocukların cinsel yönden istismar edilmesi, müstehcenlik, uyuşturucu madde kullanımı ve fuhuş gibi suç unsurları internet ortamında bulunduğu takdirde, “erişimin engellenmesi kararı” verilebilecektir.¹⁹²

- *Güvenli İnternet ve Siber Zorbalık*

Bu düzenlemelerle birlikte BTK'nın gerek güvenli internet gerekse siber zorbalık konularında önemli çalışmalar yaptığı da bilinmektedir. Bu iki konu da çocukların ve gençlerin korunmasına ilişkin önemli düzenleme ilkelerindendir.

Türkiye’de, internetin güvenli kullanımı konusundaki talep ve şikâyetler sonucunda BTK öncülüğünde hayata geçirilmiş olan “güvenli internet” uygulaması, internet kullanıcılarının talep etmeleri hâlinde internet kullanımı sırasında “Çocuk Profili” ya da “Aile Profili” şeklindeki iki seçenekten birini seçerek interneti güvenli bir şekilde kullanabilmelerini sağlayan hizmettir. BTK'nın web sitesinde güvenli internet hizmetiyle ilgili verilen bilgilere göre:¹⁹³

Güvenli internet hizmeti ücretsiz olarak sunulan, talep edilmesi hâlinde sağlanan bir internet erişim hizmeti seçeneğidir. İnternet servis sağlayıcılardan müşterilerin talep etmesi hâlinde sunulan bu hizmet yürürlüğe konulurken, “Anayasanın “Ailenin korunması ve çocuk hakları” başlıklı 41. Maddesi ve “Gençliğin korunması” kenar başlıklı 58. Maddesi hükümlerine dayanmaktadır. Ayrıca bu Anayasal hükümlerin yanında Elektronik Haberleşme Kanununun Tüketici ve Son Kullanıcı haklarını düzenleyen hükümleri ile bu Kanun uyarınca çıkarılan Tüketici Hakları Yönetmeliği'nin “İnternetin Güvenli Kullanımı” başlıklı 10. maddesi de uygulamanın kapsamını belirlemiştir.” Bu konuda yapılan çalışmalar, “hukuki dayanaklar çerçevesinde de Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurulu'nun 22/02/2011 tarihli ve 2011/DK-10/91 sayılı Kurul

¹⁹¹ İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, RG: 23.05.2007, Sayı: 26530, md. 7.

¹⁹² A.g.k., md. 8.

¹⁹³ Güvenli İnternet Hizmeti, <https://internet.btk.gov.tr/guvenli-internet-hizmeti>, (Son Erişim: 09.02.2022).

Kararı ile ‘İnternetin Güvenli Kullanımına İlişkin Usul ve Esaslar’ şeklinde düzenlenmiştir¹⁹⁴.

Güvenli internet hizmeti kapsamında kullanıcılara sunulan Çocuk Profili seçeneği şunları sağlamaktadır:

“İnternet ortamında yer alan eğitim, kültür, sanat, iş, ekonomi, ödev, bankacılık ve finans, kariyer, alışveriş, sağlık, müzik, haber, e-posta, resmi ve kamu siteleri, tatil, özel şirketler, eğitim kurumları, E-Devlet gibi pek çok farklı türden yararlı web sitelerinin bulunduğu bir profildir. İçeriği tamamen onaylanmış olan sitelerden oluşmaktadır.”¹⁹⁵

Güvenli internet hizmeti kapsamında kullanıcılara sunulan Aile Profili seçeneği ise şunları internet sitelerini sunmaktadır:

“kumar, intihara yönlendirme, çocukların cinsel istismarı, uyuşturucu ve uyarıcı madde kullanımını kolaylaştırma, sağlık için tehlikeli madde temini, fuhuş, müstehcenlik, ırkçılık, ayrımcılık, nefret, terör, şiddet-vahşet görüntüleri, kan ve şiddet içeren dövüş sporları, hayvan dövüşleri, dolandırıcılık, zararlı yazılım vb. içerikleri barındıran web sitelerinin yer almadığı” bir internet hizmeti sunmaktadır.¹⁹⁶

BTK siber zorbalık konusunda da sürekli bilgilendirme ve bilinçlendirme faaliyetleri ile çocukların siber zorbalıktan korunmasını sağlamak için tedbirler almaktadır. Siber Zorbalık Farkındalık Projesi de bu çalışmalarından birisidir. 2017 yılında BTK öncülüğünde başlatılan bu proje, gençlerin ve çocukların siber zorbalığa maruz kalmamaları için yapılan önemli bir projedir. Yapılan çalışmalar, EBA (Eğitim Bilişim Ağı) üzerinden eğitim modülü olarak da çocukların ve gençlerin erişimine açılmıştır.¹⁹⁷ Çocukların cinsel istismarı konusunda da gerekli ihbarların yapılabilmesi amacıyla BTK tarafından İhbar Merkezi kurulmuş, <https://www.ihbarweb.org.tr/> sitesi üzerinden kolaylıkla ihbarların yapılabilmesi sağlanmaktadır.

- TRT Düzenleme ve Denetleme İlkeleri

TRT, bugün 14 televizyon kanalı, 14 radyo kanalı ile yayıncılık alanında önemli bir görev üstlenen kamu hizmeti yayıncısıdır. Kurulduğu 1964 yılından beri hep belirli kriterler çerçevesinde yayın yapan TRT, son zamanlardaki atılımları ile özel yayıncılar

¹⁹⁴ A.g.k.

¹⁹⁵ A.g.k.

¹⁹⁶ A.g.k.

¹⁹⁷ “Çocuklarımız İçin Olumlu Her Çalışmaya Destek Vereceğiz”, www.btk.gov.tr, 1 Aralık, 2017. <https://www.btk.gov.tr/haberler/cocuklarimiz-icin-olumlu-her-calismaya-destek-vercegiz>, (Son Erişim: 09.02.2022).

ile ciddi rekabet edebilecek düzeye erişmiştir. Kamu hizmeti yayıncılığı sorumluluğu ile hareket eden TRT, yayınları açısından 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş Hizmetleri Hakkında Kanun hükümlerine tabi olarak yayın yapmanın yanı sıra kendi iç düzenlemeleri ve denetleme süreçleri ile de çocukların ve gençlerin korunmasına yönelik özel süreçler yürütmektedir. Bunlardan en önemlisi de şüphesiz özel bir kanal olan TRT Çocuk kanalıdır. Bu kanal 1 Kasım 2008 tarihinde yayına başlamış 2015 yılının sonlarından itibaren de kanala reklam alımı kapatılmıştır.

2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu, Resmî Gazete’de 11 Kasım 1983 tarihinde yayımlanmıştır. 1 Ocak 1984 tarihinden itibaren yürürlüğe giren Kanun, zaman içinde çeşitli değişikliklere de uğramıştır. Kanun’un 5’inci maddesinde TRT’nin uyması gereken temel ilkeler belirlenmiştir. Bu ilkeler arasında çocukların korunmasına yönelik doğrudan herhangi bir hüküm yoktur. Ancak yine de, bu maddenin (f) bendinde Millî eğitimin ilkelerine uymak, (g) bendinde anlaşılır ve düzgün Türkçe kullanmak, (h) bendinde ise gerek bedensel gerekse ruhsal yönden toplum sağlığına zararlı içeriklere yer vermemekle ilgili hükümler bulunmaktadır. Bu hükümler, dolaylı olarak da olsa çocuk ve gençleri korumaya yönelik hükümler olarak düşünülmelidir.¹⁹⁸

Mevzuatında veya düzenlemelerinde doğrudan hükümler sınırlı olsa da TRT çocuk ve gençler ile alakalı ciddi çalışmaların içinde yer almaktadır. Yukarıda da bahsedildiği üzere TRT Çocuk kanalı çocukların korunmasına yönelik önemli bir adımdır. Bunun yanı sıra çocukların reklamlardan olumsuz etkilerini sınırlandırmak amacı ile de kanal uzun bir süredir reklam yayınlama uygulamasına son vermiştir. Bunların yanı sıra TRT önemli kongrelerde çocuklar, gençler ve medya ilişkisine vurgular yapmaktadır. 2022 yılına gelene dek sekiz adet önemli kongreye ev sahipliği yapan TRT’nin en son 11-12 Aralık 2019 tarihinde gerçekleştirdiği "TRT Uluslararası Çocuk Medyası Konferansı"nda çocuk medyasının dönüşümü tüm yönleriyle ele alınmıştır. Konferans kapsamında çocuk ve medyanın dönüşümü ekseninde birçok oturumun yanı sıra özel oturumlar ve atölye çalışmaları da yapılmıştır.¹⁹⁹

¹⁹⁸ Güven, Selahattin, Medyada Küçüklerin Korunmasına İlişkin Düzenlemeler, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Uzmanlık Tezi, Ekim, 2021., s. 54

¹⁹⁹ TRT Haber, “TRT 8. Uluslararası Çocuk Medyası Konferansı'na rekor katılım”, 12 Aralık 2019. <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/trt-8-uluslararasi-cocuk-medyasi-konferansina-rekor-katilim-446270.html> (Son Erişim: 09.02.2022).

- ***Ticaret Bakanlığı Reklam Kurulu Düzenleme ve Denetleme İlkeleri***

6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 63'üncü maddesi kapsamında, ticari reklamlarda uyulması gereken şartların belirlenmesi ve bu konuda haksız ticari uygulamaların önüne geçilebilmesi amacıyla bir Reklam Kurulunun oluşturulacağı hükmü yer almaktadır. Bu kapsamda kurulan Reklam Kurulu, Ticaret Bakanlığı bünyesinde etkinlik göstermektedir. Reklam Kurulunun başkanlığını, Ticaret Bakanının görevlendireceği ilgili Genel Müdür yürütmektedir.²⁰⁰

Reklam Kurulu, söz konusu Kanunun 61'inci ve 62'nci maddelerinde belirtilen esaslara uygun bir şekilde ticari reklamlarda uyulması gereken ilkeleri belirler. Bunun yanı sıra inceleme ve gerektiğinde denetim faaliyetleri gerçekleştirir. İnceleme ve denetimlerin sonucunda Kanunun 61'inci ve 62'nci maddelerinde belirtilen hükümlere aykırı içeriklerin tespit edilmesi hâlinde ise yine aynı Kanunun 77'nci maddesinin oniki ve onüçüncü fıkralarında düzenlenen idari yaptırımları uygular.²⁰¹

Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun, ihlali hâlinde idari yaptırımlar uygulanması öngörülen ilkeleri belirleyen 61'inci maddesinin üçüncü fıkrasında yer alan hükümler, çocukların korunmasıyla da ilgilidir. Söz konusu fıkarda, çocukları istismar eden ticari reklamların yapılamayacağı hükmü yer almaktadır.²⁰²

Ayrıca, “Haksız ticari uygulamaların tespit edilmesine ve bunların denetlenmesine ilişkin usul ve esaslar ile her hâlükârda haksız ticari uygulama olarak kabul edilecek uygulamalar yönetmelikle belirlenir.”²⁰³ düzenlemesine istinaden Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği çıkarılmış ve bu yönetmelikte çocukların korunmasına ilişkin önemli düzenlemelere yer verilmiştir. Söz konusu Yönetmeliğin “Ticari Reklamlar” başlıklı ikinci kısmının, “Genel Esaslar” başlıklı birinci

²⁰⁰ Ticari reklamlarda uyulması gereken ilkeleri belirleme ve haksız ticari uygulamalara karşı tüketiciyi korumaya yönelik düzenlemeleri yapma, bu hususlar çerçevesinde inceleme ve gerektiğinde denetim yapma, inceleme ve denetim sonucuna göre durdurma veya aynı yöntemle düzeltme veya idari para cezası veya gerekli görülen hâllerde de üç aya kadar tedbirin durdurma cezası verme hususlarında görevli bir Reklam Kurulu oluşturulur.” hükmü yer almaktadır (Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, RG: 28.11.2013, 28835, md. 63/1,2).

²⁰¹ Reklam Kurulu Yönetmeliği, RG: 03.07.2014, 29049, md. 7/1.

²⁰² Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, RG: 28.11.2013, 28835, md. 61/3.

²⁰³ Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, RG: 28.11.2013, 28835, md. 62/4.

bölümünde yer alan “Temel ilkeler” başlıklı 5’inci maddesinde, reklamların çocukları istismar eden ifade ve görüntüleri içermeyeceği hükmü bulunmaktadır.²⁰⁴

Bu genel hükmün haricinde söz konusu Yönetmeliğin “Reklamlarda Çocuklara İlişkin Düzenlemeler” başlıklı Dördüncü Bölümü, çocukların korunması konusuyla doğrudan ilişkili 24’üncü maddeyi ve 24/A maddesini içerir. “Çocuklara yönelik reklamlar” başlıklı 24’üncü madde hükümleri, çocukları hedef alan ya da onları etkileme ihtimali olan ve çocukların oynadığı reklamların, çocukların bedensel, ahlaki, psikolojik ve zihinsel özelliklerine olumsuz etki edebilecek ifade ya da görüntüleri; çocukların gerçek dışı beklentilere girmesine neden olabilecek ya da kurgu ile gerçek arasındaki farklılığı ayırt etmelerini zorlaştıracak unsurları içermeyeceğini belirtmektedir. Buna ek olarak bu tür reklamların çocukları tehlikeli durumlar içine düşürebilecek, tanımadıkları insanlar ile ilişki kurmalarına ya da tehlikeli mekânlara girmeye teşvik edebilecek ifade ve görüntüler içermesi de yasaklanmıştır. Aynı şekilde bu tür reklamların çocukları kendileri için tehlikeli olabilecek araç ve cisimlerle oynarken göstermesi, kültürel ya da ahlaki bakımdan sosyal davranışlarını bozmaya yönelik unsurlar içermesi de men edilmiştir. Aynı madde hükümleri içinde reklamların çocukların büyüklere karşı duydukları güveni bozacak, büyüklerin otoritesini ve sorumluluklarını zayıflatacak, onların büyüklere karşı sevgi ve bağlılık duygularını zayıflatacak unsurların bulunması da yasaklanmıştır. Yine aynı madde kapsamında, çocukların kendi yaşlarına uygun olmayan tüketici davranışlarına yönlendirilemeyeceği yönünde hükümler de bulunmaktadır.²⁰⁵

²⁰⁴ Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği, RG: 10.01.2015, 29232, md. 5/1-ç.

²⁰⁵ (1) Çocuklara yönelik olan veya çocukları etkileme olasılığı bulunan reklamlar ile çocukların oynadığı reklamlar:

- a) Çocukların; fiziksel, zihinsel, ahlaki, psikolojik ve toplumsal gelişim özelliklerini olumsuz yönde etkileyebilecek hiçbir ifade ya da görüntü içermeyebilir.
- b) Hedef kitlesindeki çocukların yaş grubunun özellikleri dikkate alınarak, çocuklarda gerçek dışı beklentilere neden olan veya kurgu ile gerçeklik arasındaki farkı ayırt etmeyi zorlaştıran unsurlar içermeyebilir.
- c) Belirli bir ürüne sahip olmanın ya da o ürünü kullanmanın çocuğa, yaşıtı olan diğer çocuklara göre fiziksel, sosyal veya psikolojik bir üstünlük sağlayacağına veya o ürüne sahip olmamanın aksi yönde bir etki oluşturacağına yönelik mesajlar içermeyebilir.
- ç) Çocukları tehlikeli durumlara sokabilecek veya tanımadıkları kişilerle ilişki kurmaya ya da bilmedikleri veya tehlikeli yerlere girmeye teşvik edebilecek hiçbir ifade ya da görüntü içermeyebilir.
- d) Çocukların taklit edebilecekleri şiddet unsurları içermeyebilir.
- e) Çocukları, kendileri veya çevreleri için tehlike oluşturabilecek araç, gereç ve nesneleri kullanırken veya oynarken göstermeyebilir.
- f) Kültürel, ahlaki ve olumlu sosyal davranışları bozmaya, değiştirmeye veya kötülemeye yönelik unsurlar içermeyebilir.

“Aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıdalara ilişkin reklamlar” başlıklı 24/A maddesinin birinci fıkrasında ise, çocuklara yönelik hazırlanan programların başında, sonunda ya da ortasında, Sağlık Bakanlığı tarafından hazırlanan gıdalar listesinin kırmızı kategorisinde bulunan, aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıdaların reklamının yapılması yasaklanmıştır. İkinci fıkrada, birinci fıkranın kapsamı dışında bulunan durumlarda bu tür ürünlerin reklamlarının yapılması hâlinde, televizyon programı söz konusu ise ekranın altında seyirciler tarafından kolay bir şekilde okunabilecek bir akar bant şeklinde, diğer mecralarda ise yayın mecrasının yapısına uygun düşen bir yolla, dengeli ve düzenli beslenmeyi teşvik edecek yazılı ya da sözlü ifadeler yer verilmesi gerekliliği getirilmiştir. Aynı maddenin üçüncü fıkrasında ise aşırı tüketilmemesi tavsiye edilen gıdaların satışını sağlamaya yönelik reklamlarda, çocukların hedef alınarak esas ürünün dışında onların ilgi alanlarına ve beğenilerine yönelik ürünlerin, reklamı yapılan ürünle birlikte hediye olarak verilmesi yasaklanmıştır.²⁰⁶

g) Çocukların ebeveynlerine, öğretmenlerine veya diğer kişilere duyduğu özel güvenin kötüye kullanılmasına yönelik ifade veya görüntüler içeremez.

ğ) Ebeveyn veya öğretmenlerin otoritesini ve sorumluluğunu zayıflatacak veya ortadan kaldıracak unsurlar içeremez.

h) Ebeveynlerin çocuklarına yönelik sevgi, şefkat, bağlılık gibi hassasiyetlerini istismar edemez.

ı) Çocukları, bir mal veya hizmeti edinmek için, ebeveynlerini veya başkalarını ikna etmeye doğrudan teşvik edemez.

i) Mal veya hizmetlerin edinilmesi için, çocukların sözleşme yapmalarını ima edecek ifadeler içeremez.

j) Mal veya hizmetin her aile bütçesine uygun olduğunu ifade edemez.

k) Mal veya hizmetin fiyatının düşük olduğu algısı oluşturacak şekilde, fiyat bilgisinin yanında yalnızca veya sadece gibi ifadeler içeremez.

l) Mal veya hizmeti kullanmanın veya bunlardan yararlanmanın gerektirdiği beceriyi, olması gerekenden az gösteremez.

m) Reklamı yapılan mal veya hizmetin kullanımı için ya da reklamda gösterilen sonucun alınabilmesi için ilave mal veya hizmet gerekmesi hâlinde, bu hususları açıkça içermek zorundadır.

n) Önlem alınmadığı takdirde çocukların veya çevresindekilerin sağlığına zarar verebilecek mal veya hizmetler için gerekli önlemlerin alınmasını sağlayan hatırlatıcı simge veya uyarıları içermek zorundadır.

(2) Mesafeli sözleşmelere ilişkin reklamlar, doğrudan çocukları hedef alan satın alma daveti içeremez. (a.g.y., RG: 10.01.2015, 29232, md. 24).

²⁰⁶ (1) Çocuklara yönelik radyo ve televizyon programlarının başında, sonunda veya program esnasında ve münhasıran çocuklara yönelik tasarlanan diğer her türlü mecra, Sağlık Bakanlığınca hazırlanan gıda ve içecekler listesinin kırmızı kategorisinde yer alan aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıda ve içeceklerin reklamı yapılamaz.

(2) Birinci fıkra kapsamı dışında bu ürünlerin reklamının yapılması hâlinde; televizyonda ekranın alt kısmında izleyiciler tarafından rahatça okunabilir akar bant şeklinde, diğer mecralarda ise mecranın yapısına uygun bir şekilde ve içerisinde düzenli ve dengeli beslenmeyi teşvik eden ifadeler yer veren yazılı veya sözlü uyarılarla birlikte yapılır. Hangi ürün gruplarında hangi ifadelerin kullanılacağı Sağlık Bakanlığı tarafından belirlenir.

(3) Aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıdaların satışını artırmaya yönelik uygulamalar kapsamında, çocuklar hedef alınarak, asıl ürünün dışında çocukların ilgi alanlarına ve beğenilerine yönelik ürünler, ürünle birlikte ayrıca hediye olarak verilemez (a.g.y., RG: 10.01.2015, 29232, md. 24/A).

Görüldüğü üzere Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, Reklam Kurulu Yönetmeliği ve Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği kapsamında genelden özele doğru detaylanan birçok hüküm ile çocukların ticari reklamlardan olumsuz yönde etkilenmemeleri için gerekli yasal düzenlemeler yapılmış durumdadır.

- Sağlık Bakanlığı Düzenleme ve Denetleme İlkeleri

663 sayılı Sağlık Bakanlığı ve Bağlı Kuruluşlarının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname ile “Sağlık Bakanlığı ve bağlı kuruluşlarının teşkilat, görev, yetki ve sorumlulukları” düzenlenmiştir. Bu mevzuata göre Bakanlığın görevi, “herkesin bedenî, zihnî ve sosyal bakımdan tam bir iyilik hâli içinde hayatını sürdürmesini sağlamaktır.”²⁰⁷ Buradan hareketle Sağlık Bakanlığı’nın da çocukları ve gençleri korumak amaçlı birçok düzenlemesi bulunmaktadır. Bu düzenlemelerin başında RTÜK ile ortak yürütülen aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıdalar ile ilgili düzenlemeler gelmektedir. Ancak daha önce belirtildiği gibi, RTÜK düzenleme ve denetleme ilkeleri içinde söz edildiği için, tekrar olmaması amacıyla bu bölümde aynı konuya yeniden değinilmeyecektir.

- 4207 Sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun’da Yer Alan Düzenleme ve Denetleme ilkeleri

Tütün ürünlerinin tüketilmesi halk sağlığı ve gelecek nesillerin teminatı olan çocukların sağlıklı gelişimi yolunda önemli bir tehlikedir. Çocuk ve gençlerin tütün ürünleri tüketenlere özenerek tütün ürünleri tüketmeye başlamalarının önüne geçilebilmesi için Türkiye’de mevzuatta farklı kurumlara sorumluluklar yüklenmiştir. RTÜK’ün de izleme faaliyetlerinde atıf yaptığı 4207 sayılı Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun’un yürürlüğe girmesinden sonra 5727 sayılı Kanunla önemli değişikliklere uğramıştır. Türkiye, tütün ürünlerinin zararlarından toplumu korumak için önemli adımlar atmış ve mevzuat düzenlemelerini sıkı şekilde uygulamaya koymuştur.

4207 sayılı Kanun’un amaç başlıklı 1’inci maddesi “kişileri ve gelecek nesilleri tütün ürünlerinin zararlarından, bunların alışkanlıklarını özendirici reklam, tanıtım ve teşvik kampanyalarından koruyucu tertip ve tedbirleri almak ve herkesin temiz hava

²⁰⁷ Sağlık Bakanlığı ve Bağlı Kuruluşlarının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, RG: 02.11.2011, 28103 (Mükerrer), md.1,2.

soluyabilmesinin sağlanması yönünde düzenlemeler yapmaktır”²⁰⁸ şeklinde düzenlenmiştir. Bu amaç maddesinde yer alan “gelecek nesiller” ifadesi ile kanunun amaçları arasında çocuk ve gençlerimizin korunmasının da bulunduğu bellidir. Kanun çok kapsamlı olmakla birlikte yalnızca televizyon, radyo ve internet yayıncılığı kapsamındaki düzenleme ve denetleme ilkelerine değinilecektir.

Kanunun “Diğer koruyucu önlemler” başlıklı 3’üncü maddesinin altıncı fıkrasında, televizyon program içerikleri ile sinema ve tiyatro eserlerinde tütün ürünlerinin kullanımı, görüntülerine yer verilmesi ve ticari amaçla tütün ürünlerinin gösterilmesi yasaklanmıştır. Aynı maddenin onbirinci fıkrasında da tütün ürünlerinin otomatik makineler aracılığıyla ya da telefon, televizyon ve internet gibi ortamlar üzerinden satılamayacağı belirtilmiştir.²⁰⁹

“Kontrolün sağlanması” başlıklı 4’üncü maddenin yedinci fıkrasında da “tütün ürünleri ve sağlığa zararlı diğer alışkanlıkların zararları konusunda uyarıcı, eğitici mahiyette yayınlar yapmak zorunluluğu getirilmiştir”.²¹⁰

Bu düzenlemelere aykırı yayın yapan televizyon kuruluşları için de Kanun cezai müeyyideler belirlenmiştir. “Ceza hükümleri” başlıklı 5’inci maddenin dördüncü fıkrası hükmü, 3’üncü maddenin altıncı fıkrasında belirtilen yasağın görsel yayınlarda ihlali hâlinde, ihlali gerçekleştiren yayın kuruluşuna ihlalin niteliği ve yayın ortamı da göz önünde bulundurulmak suretiyle ihlalin tespit edildiği aydan önceki ayda elde ettiği brüt ticari iletişim gelirinin yüzde birinden yüzde üçüne kadar oranlarda idari para cezası verilmesini öngörmektedir. Ayrıca bu idari para cezasının on bin Türk lirasından az

²⁰⁸ Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun, RG: 07.11.1996, 22829, md. 1.

²⁰⁹ A.g.k., md. 3.

²¹⁰ Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu ile ulusal, bölgesel ve yerel yayın yapan özel televizyon kuruluşları ve radyolar, ayda en az doksan dakika tütün ürünleri ve sağlığa zararlı diğer alışkanlıkların zararları konusunda uyarıcı, eğitici mahiyette yayınlar yapmak zorundadır. Bu yayınlar, asgari otuz dakikas 17:00-22:00 saatleri arasında olmak üzere 08:00-22:00 saatleri arasında yapılır ve yayınların kopyaları her ay düzenli olarak Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna teslim edilir. Bu saatler dışında yapılan yayınlar, aylık doksan dakikalık süreye dâhil edilmez. Bu süreler, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından denetlenir. Bu programlar, Sağlık Bakanlığı, Millî Eğitim Bakanlığı, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Tütün, Tütün Mamulleri ve Alkollü İçkiler Piyasası Düzenleme Kurumu, bilimsel kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri tarafından hazırlanır veya hazırlattırılır. Hazırlanan programlar, Sağlık Bakanlığının olumlu görüşü alındıktan sonra Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından yayınlanması sağlanır (A.g.k., md. 4/7).

olamayacağı ve bu cezayı vermek konusunda Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun yetkili olduğu belirtilmiştir.²¹¹

Aynı maddenin on dördüncü fıkrasında ise, 4'üncü maddenin yedinci fıkrasında belirtilen, “tütün ürünleri ve sağlığa zararlı diğer alışkanlıkların zararları konusunda” eğitici nitelikteki yayın yapma zorunluluğunun, söz konusu fıkra da belirtilen şartlara uygun olarak yapılmaması hâlinde, ihlali gerçekleştiren yayıncı kuruluşa ihlalin tespit edildiği aydan önceki ayda elde ettiği brüt ticari iletişim gelirinin yüzde biri oranında idari para cezası verilmesi öngörülmüştür. Bu idari para cezası da yine aynı şekilde on bin Türk lirasından az olamayacaktır. Güncel yeniden değerlendirme oranın göre 2022 yılı için bu rakam 38 bin 500 TL civarındadır. Bu cezaya karar verme yetkisi de yine Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna verilmiştir.²¹²

Özellikle bu düzenlemeye karşı hareket eden televizyonlar için RTÜK tarafından birçok yaptırımlar uygulandığı bilinmektedir. Örneğin RTÜK Başkanı Ebubekir ŞAHİN 2020 yılının başında yapmış olduğu bir açıklamasında, yayın içeriklerinde yer alan sigara görüntülerine karşı RTÜK olarak 397 kez idari yaptırım kararı uygulandığını ifade etmiştir.²¹³

**- 4250 Sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu'nda Yer Alan
Düzenleme ve Denetleme İlkeleri**

4250 sayılı İspirto ve İspirtolu İçkiler İnhisarı Kanunu'nun 6'ncı maddesinin birinci fıkrasında, alkollü içkilerin hiçbir şekilde reklamının ve tüketicilere yönelik olarak tanıtımının yapılamayacağı belirtilmiştir. Aynı fıkra da bu tür ürünlerin kullanımını ve satışını teşvik edici nitelikte kampanya ve etkinliklerin yapılması da yasaklanmıştır. Aynı

²¹¹ 3 üncü maddenin altıncı fıkrasındaki yasağın görsel yayın yoluyla ihlal edilmesi hâlinde, yasağa aykırı yayın yapan medya hizmet sağlayıcı kuruluşa ihlalin ağırlığı ve yayının ortamı ve alanı göz önünde bulundurularak, ihlalin tespit edildiği aydan bir önceki aydaki brüt ticari iletişim gelirinin yüzde birinden üçüne kadar idari para cezası verilir. İdari para cezası miktarı, on bin Türk lirasından az olamaz. Bu cezaya karar vermeye Radyo ve Televizyon Üst Kurulu yetkilidir (A.g.k., md. 5/4).

²¹² 4 üncü maddenin yedinci fıkrasındaki yükümlülükler aykırı hareket edilmesi hâlinde medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara, ihlalin tespit edildiği aydan bir önceki aydaki brüt ticari iletişim gelirinin yüzde biri oranında idari para cezası verilir. İdari para cezası miktarı on bin Türk lirasından az olamaz. Bu cezaya karar vermeye Radyo ve Televizyon Üst Kurulu yetkilidir (A.g.k., md. 5/14).

²¹³ Anadolu Ajansı, “RTÜK Başkanı Şahin: Sigara görüntüsüne 397 kez müeyyide uygulandı”, 08.01.2020. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/rtuk-baskani-sahin-sigara-goruntusune-397-kez-mueyyide-uygulandi/1696191> (Son Erişim: 09.02.2022).

şekilde televizyonlarda yayınlanan müzik klipi, dizi ve filmler gibi programlarda alkollü içki tüketimini özendirici nitelikte görüntülerin yer alması da yasaklanmıştır.²¹⁴

Bu Kanun hükmü, daha önce sözü edilen, RTÜK mevzuatında yani 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'da geçen düzenleme ile koşut bir düzenlemedir. Ancak 4250 sayılı Kanun'daki bu düzenleme 24.05.2013 tarihindeki değişiklikle yasalaşmış olduğu için hukukun genel prensipleri gereği önce kanun - sonra kanun uygulaması nedeni ile aynı konudaki bu düzenleme uygulanmaktadır. Şöyle ki televizyonda bir dizi, film veya müzik klbinde alkollü içkiyi özendirici görüntülere yer verilmesi durumunda 4250 sayılı Kanun, diğer yapımlarında gerçekleşmesi hâlinde ise 6112 sayılı Kanun hükümlerine göre idari yaptırım uygulanmaktadır. Bu madde düzenlemesinin yaptırımı olarak da yasakların her birine aykırı hareket edenlere ve ilgili işletme sahiplerine, RTÜK tarafından beş bin Türk Lirasından iki yüz bin Türk Lirasına kadar idari para cezası verilmesi kararlaştırılmıştır.

- *Gençlik ve Spor Bakanlığı Düzenleme ve Denetleme İlkeleri*

Gençlik ve Spor Bakanlığı, Türkiye'de gençlik politikaları ile sorumlu ve görevli ilk yetkili kamu kurumudur. Bakanlık bu görev ve yetkilerini belirlerken politikalarına yön vermesi açısından bir politika belgesi oluşturmuştur.

- *Ulusal Gençlik ve Spor Politikası Belgesi*

638 sayılı Gençlik ve Spor Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname'nin 18'inci maddesi kapsamında, Ulusal Gençlik ve Spor Politikası Belgesi oluşturulmuştur. Bu maddede, Ulusal Gençlik ve Spor Politika Belgesi'nin, sporu ve gençleri etkileyen politika ve etkinlikleri yürüten kamu kurum ve kuruluşları arasında eşgüdüm ve iş birliğinin sağlanması amacıyla Bakanlık tarafından hazırlanacağı ve Bakanlar Kurulunun onayına sunulacağı öngörülmüştür.²¹⁵ Bu

²¹⁴ Alkollü içkilerin her ne surette olursa olsun reklamı ve tüketicilere yönelik tanıtımı yapılamaz. Bu ürünlerin kullanılmasını ve satışını özendiren veya teşvik eden kampanya, promosyon ve etkinlik yapılamaz. Ancak, münhasıran alkollü içkilerin uluslararası düzeyde tanıtımına yönelik ihtisas fuarları ile bilimsel yayın ve faaliyetler düzenlenebilir. Alkollü içkileri üreten, ithâl eden ve pazarlayanlar, her ne surette olursa olsun hiçbir etkinliğe ürünlerinin marka, amblem ya da işaretlerini kullanarak destek olamazlar. Açık alkollü içki satışı yapmaya ilişkin izin belgesi olan işletmelerde servis amaçlı materyallerde marka, amblem ve logo kullanılabilir. Televizyonlarda yayınlanan dizi, film ve müzik kliplerinde alkollü içkileri özendirici görüntülere yer verilemez (İspirto ve İspirtolu İçkiler İhisiarı Kanunu, RG: 08.06.1942, 5130, md. 6/1).

²¹⁵ Ulusal Gençlik ve Spor Politikası Belgesi, gençleri ve sporu doğrudan veya dolaylı etkileyen politika ve faaliyetleri yürüten kamu kurum ve kuruluşları arasında koordinasyon ve işbirliğinin sağlanması

kapsamda Ulusal Gençlik ve Spor Politika Belgesi oluşturulmuştur. Bu Belge’de, gençlerin medya ile olan ilişkileri konusunda hükümler de bulunmaktadır.

Söz konusu Belge’de yer alan “Gençlerin sağlığının korunmasına yönelik önlemlerin arttırılması” politikası kapsamında: “Madde bağımlısı gençlerin yaşadıkları sorunlar ve kötü koşullarla ilgili gençlere uyarıcı mesajlar verecek haber ve programlar hazırlanmasına ve medya desteğinin sağlanmasına yönelik çalışmalar yapmak” hedefi yer almaktadır.²¹⁶

“Ulusal ve/veya bölgesel düzeyde gençliğe yönelik yayın yapan TV kanallarının nicelik ve nitelik olarak yeterli seviyeye ulaştırılması” politikası kapsamında, ülke çapında ulusal veya yerel televizyon kanallarında gençlerle ilgili televizyon programlarının yapılmasını teşvik etme ve bu programlara gençlerin katılımını sağlama hedefleri belirlenmiştir.”²¹⁷

“Evrensel etik ilkeler ve ahlaki değerler konusunda gençlerin bilinçlendirilmesi politikası” kapsamında belirlenen ilkelerden, medya ile ilişkili olan ilke ise, “Klasik medya araçlarıyla birlikte internet ve sosyal medyanın değerlerin aktarılmasında etkili birer araç olarak kullanılmasını sağlamak” şeklinde düzenlenmiştir.²¹⁸

Yukarıda sözü edilen politika belgesinde yer alan politikalar ve hedeflerin doğrudan radyo, televizyon ve internet yayıncılığında çocukların ve gençlerin korunması hükümleri olarak düzenlenmediği görülmektedir. Ancak gençlik politikalarını belirleme ve uygulama yetkisinde olan Bakanlığın bu çalışmaları ve politikaların genel olarak bu alandaki düzenleme ve denetleme ilkelerine özellikle de gençlik alanında ışık tuttuğu düşünülmektedir. Ancak yine de, her ne kadar radyo, televizyon ve internet yayıncılığında

amacıyla, Bakanlık tarafından hazırlanarak Bakanlar Kurulunun onayına sunulur. Ulusal Gençlik ve Spor Politikası Belgesi en geç dört yıllık dönemler itibarıyla gözden geçirilerek güncellenir. Ulusal Gençlik ve Spor Politikası Belgesinin güncellenmesinde ilgili kamu kurum ve kuruluşları, spor federasyonları ile sivil toplum kuruluşlarından gelen öneriler dikkate alınır (Gençlik ve Spor Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, RG: 08.06.2011, 27958, md. 18).

²¹⁶ Ulusal Gençlik ve Spor Politika Belgesi, s.24.

https://gsb.gov.tr/dosyalar/mevzuatlar/ulusal_genclik_ve_spor_politikasi.pdf (Son Erişim: 09.02.2022).

²¹⁷ Ulusal Gençlik ve Spor Politika Belgesi, s.29.

https://gsb.gov.tr/dosyalar/mevzuatlar/ulusal_genclik_ve_spor_politikasi.pdf, (Son Erişim: 09.02.2022).

²¹⁸ Ulusal Gençlik ve Spor Politika Belgesi, s.13.

https://gsb.gov.tr/dosyalar/mevzuatlar/ulusal_genclik_ve_spor_politikasi.pdf, (Son Erişim: 09.02.2022).

gençleri korumaya yönelik ilkeler olmasa da söz konusu politika belgesinde yer alan ve yukarıda sözü edilen hedeflerin, medyanın etkin kullanımı yoluyla gençlerin yararına etkiler elde etme amacına hizmet ettiği söylenebilir.

- *Adalet Bakanlığı Düzenleme ve Denetleme İlkeleri*

5237 Sayılı Türk Ceza Kanunu

“5237 sayılı Türk Ceza Kanunu’nun, çocukları korumaya dair olan düzenlemeleri, Kanun’nun “Müstehcenlik” başlıklı 226’ncı maddesinde yer almaktadır.”²¹⁹ Bu maddenin birinci fıkrasında, bir çocuğa müstehcen görüntü, yazı veya sözleri içeren ürünleri veren veya gösterenlere ilişkin yaptırımlar düzenlenmiştir. Söz konusu maddede, çocukların korunması ile doğrudan ve dolaylı şekilde ilgili olan çeşitli hükümler bulunmaktadır. Bu maddenin birinci fıkrasında, çocuklara yönelik olarak belirli kuralların ihlali durumunda ihlali gerçekleştiren kişinin altı ila iki yıl arasında hapis cezasına ya da adli para cezasına çarptırılması hükmü vardır. Bu hapis cezası ya da idari para cezası, içeriğinde müstehcen yazı, söz ya da görüntüler bulunan ürünleri çocuklara göstermek, onların erişebileceği yerler ve koşullarda bulundurmak, satışa ya da kiralamaya sunmak, çeşitli hizmet veya malların yanında bedelsiz olarak vermek ya da bu tür ürünlerin reklamını yapmak gibi fiiller sonucunda verilir.²²⁰

Söz konusu maddenin ikinci fıkrasında, müstehcen içerikleri basın ya da yayın yoluyla yayınlayan ya da bu tür yayına aracılık eden kişiler için altı ay ila üç yıl arasında hapis cezası ya da beş bin güne kadar adli para cezası öngörülmüştür.²²¹

Aynı maddenin üçüncü fıkrasında müstehcen içeriklerin üretiminde çocukları ya da çocuk görüntülerini kullanan kişiler için ise beş yıldan on yıla kadar hapis ya da beş bin güne kadar adli para cezası verilmesi hükmü vardır. Bu tür ürünleri ülkeye sokan ve satışına, saklanmasına ya da nakline aracılık eden kişilere ise iki yıldan beş yıla kadar hapis cezası ile beş bin güne kadar adli para cezası verilmesi hüküm altına alınmıştır.²²²

Yine aynı maddenin dördüncü fıkrasında hayvanlar ile ölmüş insan bedenleri üzerinde yapılan cinsel davranışlara ilişkin görüntü ve içerikleri üreten, ülkeye sokan ya

²¹⁹ Güven, Selahattin, Medyada Küçüklerin Korunmasına İlişkin Düzenlemeler, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Uzmanlık Tezi, Ekim, 2021.

²²⁰ Türk Ceza Kanunu, RG: 12.10.2004, 25611, md. 226-1.

²²¹ A.g.k., md. 226-2.

²²² A.g.k., md. 226-3.

da satışına, nakline ya da depolanmasına aracı olan kişiler hakkında bir yıldan dört yıla kadar hapis cezası ve beş bin güne kadar adli para cezası verilmesi hükmü vardır.²²³

226'ncı maddenin beşinci, altıncı ve yedinci fıkralarında ise, üçüncü ve dördüncü fıkralarda anılan türden içeriklerin basın ya da yayın araçları yoluyla yayınlanmasında rolü olan ya da bunlara çocukların şahit olmasına neden olan kişilere altı yıldan on yıla kadar hapis ve beş bir güne kadar adli para cezası ile bu tür suçlardan dolayı tüzel kişiler hakkında kendilerine özgü güvenlik önlemleri ve bu maddenin hükümlerinin bilimsel eserler ve üçüncü fıkra hariç olmak ve çocuklara ulaşması engellenmek şartıyla sanat ve edebiyat eserlerinde uygulanmaması öngörülmüştür.²²⁴

Çocukların müstehcen yayınlarda görünmesini yasaklayan Birleşmiş Milletler ve Avrupa Birliği mevzuatına uygun bir biçimde Türk Ceza Kanunu'nda (TCK) bu hükümler yer almaktadır. 226'ncı maddenin yedinci fıkrasında belirtilen, belirli koşulları sağlamak kaydıyla bilimsel, sanatsal ve edebi eserler konusundaki istisna haricinde, TCK'ya göre çocukların içerisinde yer aldığı müstehcen yayınların tamamı yasaktır.

- Reklam Özdenetim Kurulu

Reklamverenler Derneği ve Reklamcılar Derneği üyeleri ile reklam piyasasında faaliyet gösteren mecraların bir araya gelerek 1994 yılında oluşturdukları Reklam Özdenetim Kurulu, o zamandan beri Uluslararası Reklam Uygulama Esasları'na aykırı niteliklere sahip reklamların düzeltilmesi veya yayından kaldırılması için reklam verenlere başvurmaktadır. Reklam Özdenetim Kurulunun bu faaliyetleri yalnızca tavsiye niteliğindedir. Kurul, faaliyetlerini “yasal bir zorunluluğa dayanarak değil, kamuoyuna yaptığı taahhüt gereği ve topluma karşı sorumluluğunun bilincindeki reklam verenlerin sağduyusuna güvenerek yapmaktadır”.²²⁵

Reklam Özdenetim Kurulunun kendi internet sitesinde yer alan açıklamalarında da görüldüğü üzere bir özdenetim mekânizması olan Kurulun herhangi bir idari yaptırım imkânı bulunmamaktadır. Gönüllü bir özdenetim mekânizması olarak işlev gördüğü söylenebilir.

²²³ A.g.k., md. 226-4.

²²⁴ A.g.k., md. 226-5,6,7.

²²⁵ Misyon ve Vizyon, <https://www.rok.org.tr/misyon-ve-vizyon/>, (Son Erişim: 12.02.2022).

Reklam Özdenetim Kurulunun da aynen benimsemiş olduğu uluslararası reklam ilkeleri oldukça kapsamlıdır. Reklam Özdenetim Kurulu, reklam mecralarının tamamında bu ilkeleri benimsemektedir. Reklam İlkeleri arasında “Çocuklar ve Gençler” ile ilgili özel düzenlemeler yapılmıştır. Reklam ve Pazarlama İletişimi Uygulamalarına Yönelik Genel Hükümler başlıklı Bölüm 1’in 18’inci maddesinin başlığı “Çocuklar ve Gençler” şeklinde düzenlenmiştir. Söz konusu maddede yer alan hükümler arasında, “Deneyimsizlik ve Kolay İnanma” başlığı altında çocukların ve gençlerin deneyimsizliklerini ve bu nedenle kolay inanmalarını belirli konularda kullanarak pazarlama iletişimi yapılmaması gerektiği belirtilmektedir. Kısaca söz etmek gerekirse pazarlama iletişimi sırasında bir ürünün kullanımı gösterilirken, söz konusu ürünün kullanımı ya da montajı konusunda gereken yaş yeterliliği olduğundan daha düşük gösterilmemeli, ürünün gerçek özellikleri ne ise o şekilde gösterilmeli, ürünün özellikleri abartılmamalıdır. Ayrıca ürünün hazır olması için ek malzemeler gerekiyor ise, pazarlama iletişimi sırasında bu bilgi mutlaka verilmeli, gizlenmemelidir. Buna ek olarak, pazarlama iletişimi süreçlerinde çocukların gerçekle hayal gücü arasındaki ayrımı yapmalarını güçleştirecek unsurlardan kaçınılmalıdır. Çocukların ve gençlerin deneyimsizliklerini ve saflıklarını istismar ederek pazarlama iletişimi yapılmaması dışında, pazarlama iletişimi süreçlerinde “zararın önüne geçme” ve “toplumsal değerler” başlıkları altında da bazı ilkelerden söz edilmektedir. Zararın önüne geçme konusunda, çocukların ve gençlerin gerek bedensel gerekse zihinsel gelişimlerine zararlı etkide bulunabilecek içeriklerden pazarlama iletişimi süreçlerinde kaçınmak gerektiği belirtilmiştir. Toplumsal değerler konusunda ise, pazarlanan ürünlerin kullanımını bir üstünlük nedeni olarak sunmamak ve çocukların ebeveynlerini satın alma davranışına ikna etmeye çalışmalarına neden olabilecek ya da ebeveynlerin çocuk üzerindeki otoritesini zayıflatacak unsurlara yer vermemek gibi önemli ilkelere yer verilmiştir.²²⁶

²²⁶ Özdenetim Esasları, <https://www.rok.org.tr/ozdenetim-esaslari/> (Son Erişim: 12.02.2022).

(“- Deneyimsizlik ve Kolay İnanma

Pazarlama iletişimi, çocukların ve gençlerin deneyimsizliğini, kolay inanmasını (saflığını) 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.

Görüldüğü gibi, her ne kadar tüzel kişiliğe sahip olmasa ve düzenlemeleri hukuki bir nitelik taşımasa da Reklam Özdenetim Kurulunun ilke ve çalışmaları da medyada çocukların zararına olabilecek ticari iletişim faaliyetlerine karşı hükümler içermektedir.

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

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

- Zararın Önüne Geçme

Pazarlama iletişimi, 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.

- Toplumsal Değerler

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 iletişimi, 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.

Eğer pazarlama iletişimi, çocukları ve gençleri reklamverenle iletişime geçmeye davet ediyorsa; o takdirde, ebeveynlerinden ya da ilgili yetişkinlerden, iletişim için gerekli bedel de dâhil olmak üzere, yapılacak tüm harcamalar için önceden izin almaya da teşvik etmemelidir.”).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

İNGİLTERE'DE ZARARLI YAYINLARDAN ÇOCUKLARIN VE GENÇLERİN KORUNMASINA YÖNELİK DÜZENLEME VE DENETLEME İLKELERİ İLE UYGULAMALARI

Bu bölümde Birleşik Krallık'taki radyo ve televizyon yayıncılığına ilişkin istatistiklere, yayıncılık geçmişine, düzenleyici ve denetleyici kurumun üstlendiği rollere, çocuk ve gençlerin zararlı yayınlardan korunması için uygulanan mevzuata ve bazı müeyyide örneklerine yer verilmiştir. Ayrıca güçlü bir kamu yayıncılığı geleneği bulunan Birleşik Krallık'taki kamu yayıncısı kuruluşların bazı özdenetim ve uygulamalarından da bahsedilmiştir.

3.1. İngiltere'de Mevcut Görsel-İşitsel Yayıncılığa Dair Bazı Veriler

Düzenli televizyon yayınlarının 1936 yılında başladığı İngiltere'de radyo ve televizyon yayıncılığına yönelik düzenleme ve denetleme çalışmalarının köklü bir geçmişi bulunmaktadır. İngiltere, dünyanın ilk kamu yayıncısı BBC'ye ev sahipliği yapmaktadır. Türkiye'deki RTÜK benzeri kurum, Birleşik Krallık'ın²²⁷ medya alanındaki düzenleyici ve denetleyici kurumu olan Office of Communication (Ofcom) adlı bağımsız kurumudur.

Ofcom'un 12 Mayıs 2022 tarihli lisanslı kuruluşlar listesine göre Birleşik Krallık'a yönelik kablo ve uydu ortamından yayın yapan Ofcom lisanslı 594 televizyon kanalı bulunmaktadır. Aynı tarihli listeye göre sayısal karasal (dijital karasal) teknoloji ile yayınlarını sunan televizyon sayısı 163'tür. Dijital karasal ortamdan yayın yapan yerel

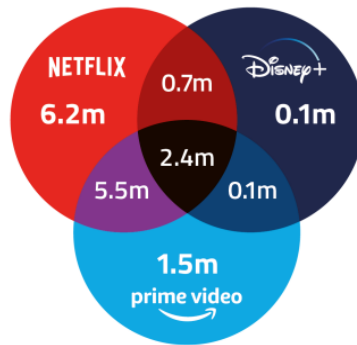
²²⁷ Birleşik Krallık, İngiltere, İskoçya, Galler ve Kuzey İrlanda olmak üzere dört kurucu ülkeden oluşmaktadır.

televizyon kuruluşu sayısı ise 34'tür²²⁸. Ofcom'un 2017 yılında yayınladığı dijital radyo raporuna göre Birleşik Krallık genelinde 337 radyo bulunmaktadır. Dijital radyolar televizyon ve internet yoluyla iletilmektedir. Söz konusu dijital radyo istasyonlarının 264 tanesi İngiltere'de bulunmaktadır. Aynı rapora göre, analog yayın yapan 595 radyo istasyonu bulunmakta olup bunlardan 3 tanesi İngiltere'de toplam 5 tanesi Birleşik Krallık genelinde olmak üzere BBC'ye aittir²²⁹.

1 Nisan 2020-31 Mart 2021 tarihleri arasını kapsayan Ofcom 2020/2021 yıllık raporuna göre; televizyon ve radyo ile ilgili şikâyetlerde bir önceki yıla göre yüzde 300'lük artış gerçekleşmiş ve Ofcom'a ulaşan 142 bin 660 şikâyet değerlendirilmiş, 28 yayın ilkesi ihlali belirlenmiş ve yayıncılara 6'sı idari para cezası olmak üzere 14 yaptırım uygulanmıştır²³⁰.

İnternet üzerinden yapılan yayınları henüz lisanslamamış olan ancak mevzuat hazırlama aşamasındaki Birleşik Krallık'ta özellikle Covid-19 salgını nedeniyle sık sık karantina uygulamalarının yapılması nedeniyle internet ortamından seç-işle platformlarına ilgi ve takipte 2019 yılı sonrası artışlar yaşanmıştır. Ofcom tarafından Ağustos 2021'de yayınlanan "Media Nations 2021" araştırmasında, Netflix, Amazon Prime ve Disney+ abone sayıları karşılaştırılmış ve ortak abonelere ilişkin aşağıdaki grafik paylaşılmıştır.

Şekil 3.1: Birleşik Krallık Ev abonelikleri-Netflix, Amazon Prime Video ve Disney+ aboneleri arasında birden fazla abonenin oranı



Kaynak: BARB Kuruluş Anketi, Ofcom, Media Nations 2021, s.18.

²²⁸ Ofcom, "Look up TV broadcast licensees", (Erişim Tarihi: 20.04.2022), <https://www.Ofcom.org.uk/manage-your-licence/tv-broadcast-licences/current-licensees>

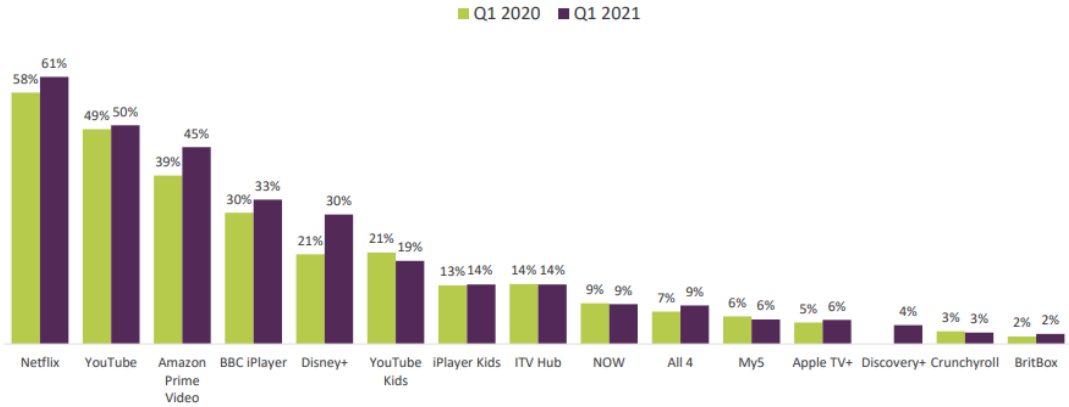
²²⁹ Ofcom, "Digital Radio Report", (Erişim Tarihi: 20.04.2022), https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0014/108311/Digital-Radio-Report-2017.pdf

²³⁰ Ofcom, "The Office of Communications Annual Report and Accounts", (Erişim Tarihi: 20.04.2022), https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0025/221686/annual-report-2020-21.pdf

Grafikten anlaşılabacağı üzere Birleşik Krallık'taki 14,8 milyon abone Netflix, 9,5 milyon abone Amazon Prime Video ve 3,3 milyon abone ise Disney+ platformunu tercih etmiştir. Bu hane halkı aboneliklerinden yalnızca Netflix abonesi olanların sayısı 6,2 milyon iken 5,5 milyon tanesi hem Netflix hem de Amazon Prime Video abonesidir. Ofcom'un yaptığı bir araştırma bu platformlara abone olma kararına sebep olan önemli itici gücün "başka yerde bulunmayan özel içeriği izlemek" olduğunu belirtmektedir²³¹.

Ofcom'un söz konusu araştırmasında 3-17 yaş aralığındaki çocuk ve gençlerin izleme alışkanlıklarına da yer verilmiştir. The Insights Family UK araştırma şirketince gerçekleştirilen araştırmayı paylaşan Ofcom, araştırmanın 2020 yılında 2 bin 677 kişi, 2021 yılında ise 2 bin 755 kişi ile gerçekleştirildiğini aktarmıştır. Araştırmaya bakıldığında Birleşik Krallık'taki çocuk ve gençlerin sırasıyla Netflix, YouTube, Amazon Prime Video platformlarını diğer platformlardan daha fazla takip ettikleri anlaşılmaktadır.

Şekil 3.2: Birleşik Krallık'taki 3-17 Yaş Çocuk ve Gençlerin 2020-2021 Yılları İlk Çeyreklerinde İzleme Alışkanlıkları



Kaynak: The Insights Family UK, Ofcom Media Nations 2021,

3.2. Yayın İçeriği Mevzuatı Tarihçesi

1990 yılında yürürlüğe giren 1990 Yayıncılık Kanununa göre özel televizyonlar Bağımsız Televizyon Komisyonu (the Independent Television Commission) tarafından, özel radyolar ise Radyo Kurumu (the Radio Authority) tarafından düzenleme ve denetleme altına alınmıştır. Bu organlar, yayın ihlalleri karşısında lisansları askıya alma, lisans iptali gibi geniş yetkilerle donatılmış ve BBC hariç diğer kuruluşları lisans altına

²³¹ Ofcom, "Media Nations 2021 Report", (Erişim Tarihi: 18.04.2022), https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0023/222890/media-nations-report-2021.pdf

almışlardır. BBC için ise şikâyetleri işleme koymak için BBC bünyesinde özdenetim sistemi kurulmuştur²³². Kamu ve özel tüm radyo ve televizyon kuruluşları 1988-2003 yılları arasında görev yapan Yayın Standartları Komisyonu'nun (the Broadcasting Standards Commission) yargı yetkisine tabi kılınmıştır. Yayın Standartları Komisyonu 1996 tarihli Yayıncılık Kanunu hükümleri uyarınca 1 Nisan 1997 tarihinde birleşen Yayıncılık Standartları Konseyi ile Yayıncılık Şikâyetleri Komisyonu'ndan oluşturulmuştur. Bu komisyon yayın ilkeleri geliştirmek ve halktan gelen şikâyetleri işleme koymak da dâhil olmak üzere standart belirleme konusunda geniş bir yetkiye sahipti. Yayın Standartları Komisyonu özellikle şiddet, seks, kaba dil kullanımını önlemeye ve yayınlarda adalet ve nezaketi sağlamaya çalışmıştır²³³.

Radyo Kurumu ve Bağımsız Televizyon Komisyonu üyeleri hükûmet tarafından atanmış olsa da hükûmet kontrolünden nispeten bağımsız olarak çalışmışlar ve yayıncılardan elde ettikleri lisans ücretleriyle finanse edilmişlerdir. Radyo Kurumu 1990-2003 yılları arasında, Bağımsız Televizyon Komisyonu ise 1991-2003 yılları arasında işlevlerini yerine getirmişlerdir. Her iki kurum da 2003 yılında Ofcom'un kuruluşuyla görev ve yetkilerini ona devretmiştir²³⁴.

3.3. İngiltere'deki Denetleyici ve Düzenleyici Kuruluş: Ofcom

Ofcom görsel işitsel medya, telekomünikasyon ve internet hizmetlerinin sağlanmasından sorumludur. 2003 yılında yürürlüğe giren 2003 İletişim Kanunu ile kurulmuştur. Türkiye'deki Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ve Bilgi Teknolojileri Kurumu'nun muadili olan Ofcom televizyon, radyo ve isteğe bağlı medya alanlarında çocukların korunmasına yönelik sıkı kurallar uygulamaktadır. Ofcom'un hem icracı üyeleri hem de icracı olmayan üyelerinden oluşan bir kurulu bulunmaktadır. Ofcom Yönetim Kurulu her ay en az bir kere toplanır (Ağustos ayı hariç). Kurulun gündemi, tutanakları ve özel notları Ofcom internet sitesinde düzenli olarak yayınlanır. Genel merkezi Londra'da bulunan Ofcom'un Manchester, Edinburgh (İskoçya), Cardiff (Galler) ve Belfast (Kuzey İrlanda) ofisleri bulunmaktadır²³⁵. Bağımsız bir kurum olan Ofcom'un

²³² “Media Regulation in the United Kingdom”, (Erişim Tarihi: 18.04.2022), <https://www.article19.org/data/files/pdfs/publications/uk-media-regulation.pdf>

²³³ Ofcom, “Regulator archives”, (Erişim Tarihi: 18.04.2022), <https://www.Ofcom.org.uk/about-Ofcom/website>

²³⁴ A.g.k.

²³⁵ “Ofcom in the nations and regions”, (Erişim Tarihi: 20.04.2022), <https://www.Ofcom.org.uk/about-Ofcom/how-Ofcom-is-run/nations-and-regions>

gelirleri lisansladığı kuruluşlardan çeşitli adlar altında almakta olduğu hizmet bedelleri ve lisans ücretleri ile sağlanmaktadır. Ofcom'un BBC'ye uygulayabileceği idari para cezası 250 bin pound ile sınırlı tutulmuştur. Ofcom'un geniş yetkileri ve caydırıcı müeyyideleri bulunmaktadır.

Ana Kurulun bir komitesi olan İçerik Kurulu televizyon ile radyoların kalite ve standartlarını belirler ve uygular. 2003 İletişim Kanunu ile Ofcom bünyesinde kurulmuştur. Ağırlıklı olarak yayın içerikleriyle ilgili izleyicinin, dinleyicinin ve toplumun nabzını tutar. Olumsuz yayın içeriklerinin düzenlenmesiyle ilgilenir. Temel olarak zarar verme ve suç, doğruluk ve tarafsızlık, adalet ve kişi mahremiyeti gibi konuları kapsar. Televizyonların bölgesel yapım, özgün AB ve Birleşik Krallık yapımlarına ilişkin kotaları belirler ve takip eder. ITV, Channel 4 ve Five logolu kamu hizmeti sunan yayıncıların içeriklerini denetlemektedir. İçerik Kurulu üyelerinin çoğunluğu tam gün çalışmamaktadır. İçerik Kurulu üyeleri de önceden yıllık tespit edilen tarihlerde olmak üzere ayda bir kez toplanmaktadır²³⁶.

3.4. Ofcom Yayıncılık Yönetmeliği (The Ofcom Broadcasting Code)

2003 tarihli İletişim Kanunu ve 1996 tarihli Yayıncılık Kanunu uyarınca, Ofcom'un televizyon ve radyo için programlardaki standartları ve yayın ilkelerini, ticari iletişim ilkelerini kapsayan bir yasal metin hazırlaması gerekmiştir. 2003 İletişim Kanunu'nun 3 (2) (f) ve 319.bölümleri, Ofcom'un televizyon ve radyo hizmetlerinin içeriği ve halkı korumak için uygulanması gereken standartlar ile ilgili genel görevlerini ortaya koymaktadır. Yayıncı kuruluşların lisanslama ve müeyyidelerine dair bilgiler 2003 tarihli İletişim Kanunu içinde yer almaktadır. AB Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi ile Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin belirli hükümlerinden, BBC Tüzük ve Sözleşmesinden hareketle hazırlanan Ofcom Yayıncılık Yönetmeliği sonraki yıllarda güncellenmekle beraber temel olarak 10 bölümden oluşmaktadır. Yayın içeriklerine yönelik hususları içeren bölümlerin ilki tamamıyla *18 yaş altı çocukların korunmasına* ayrılmıştır. Zarar verici/saldırgan içerik; suç, nefret ve istismar; din ve inanç; tarafsızlık ve doğruluk; seçimler ve referandum; dürüstlük; mahremiyet; televizyonlardaki ticari reklamlar ve radyolardaki ticari iletişim Yayıncılık Yönetmeliğinin diğer başlıklarını

²³⁶ Ofcom, "Content Board", (Erişim Tarihi: 20.04.2022), <https://www.Ofcom.org.uk/about-Ofcom/how-Ofcom-is-run/content-board>

oluşturmakla beraber ilgili başlıklarda çocukların korunmasına yönelik maddelere de 1.bölüme (18 yaş altı çocukların korunması) atıfla yer verilmektedir²³⁷.

Yönetmeliğin *18 Yaş Altı Çocukların Korunması* bölümüyle başlaması Birleşik Krallık yayın hizmetlerinin hazırlanması ve sunumunda çocuklara verilen önemi göstermektedir. Aşağıda detaylarına değinilecek ilgili bölüm yayın hizmetlerinin zamanlanması, içerik planlaması ve içerik bilgileriyle alakalı kuralları özetlemektedir. İlk bölüme ilaveten Yönetmeliğin 2.bölümünü oluşturan Zarar Verici ve Saldırgan İçerik bölümü de çocukların korunmasıyla ilgili birçok hükmü içermekte ve Yönetmelikte de belirtildiği üzere iki bölümün birbirlerini tamamlayıcı şekilde ele alınmasını gerektirmektedir. Çalışmanın bu kısmında bahse konu Yönetmelik bölümleri Türkiye ve Birleşik Krallık karşılaştırmasının doğru ve analiz edilebilir olabilmesi için çevrilmiş olup, sırasıyla birinci bölüm (18 Yaş Altı Çocukların Korunması) ve ikinci bölüm (Zarar Verici ve Saldırgan İçerik) sunulmaktadır²³⁸.

3.4.1. Ofcom Yayıncılık Yönetmeliği Birinci Bölüm: 18 Yaş Altı Çocukların Korunması

18 yaş altı kişilerin korunmasını sağlama prensibiyle hazırlanan kısımda çocuğun tanımı 15 yaş altı kişiler olarak yapılmaktadır (Yönetmelik, 2019, 7). Çocukların korunmasına ilişkin bölüm program içeriği, cinsel suçlar, uyuşturucu ve alkol, şiddet, gücendirici dil, cinsel içerik ve çıplaklık, ruh çıkarma ve büyücülük diye sıralanmaktadır. Program içeriklerine dair bu bölümlerin dışında çocuklar için sakıncalı saat dilimi ve program yayınlarına katılımlarına dair hususlar da belirtilmiştir. Söz konusu bölüm devamındaki Zarar Verici İçerik ve Suç'a dair ikinci bölümle birlikte ele alınmaktadır.

3.4.1.1. Watershed (Çocuklar İçin Sakıncalı Saat Dilimi)

Birleşik Krallık'ta tüm görsel işitsel yayıncıların uymakla zorunlu olduğu çocuklar için sakıncalı saat dilimi *watershed* olarak adlandırılmaktadır. Televizyonlar için 5:30 – 21:00 saat dilimlerini kapsayan sürede çocuklar için uygun olmayan içeriklerin gösterimi yasaktır.²³⁹ Saat 21:00'dan sonra ise keskin bir geçiş olmamak şartıyla

²³⁷ “The Ofcom Broadcasting Code”, (Erişim Tarihi: 20.04.2022), https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0016/132073/Broadcast-Code-Full.pdf

²³⁸ A.g.k.

²³⁹ Çocuklar için uygun olmayan içeriklerin tanımı hem Yönetmeliğin hem de bu çalışmanın devamında yapılmaktadır.

televizyon ekranlarında çocukları gözeten herhangi bir içerik sınırlandırması bulunmamaktadır.

Birleşik Krallık düzenleyici otoritesi ve yayıncıları çocuklar için sakıncalı saat dilimine büyük önem vermektedir. *Watershed* dilimi içerisindeki yayınlarda çocukları doğrudan olumsuz etkileyecek şiddet, cinsellik, kaba dil gibi öğelere rastlamak pek olası değildir. İlgili ihlal durumlarında ise Ofcom katı bir şekilde müeyyide uygulamaktadır. Öte yandan 21:00 sonrasında ise ekranlarda şiddet, cinsellik, kaba dil gibi öğelere rastlamak mümkündür. Dolayısıyla Birleşik Krallık televizyon yayınlarında 21.00 öncesi ve sonrası içerikler tamamıyla birbirinden farklıdır. 21:00 sonrasındaki sorumluluk bir bakıma yayıncıların omuzlarından alınarak ebeveynlerin omuzlarına yüklenmiştir.

Watershed kuralının istisna tutulduğu yayın hizmetleri ise premium abonelik film hizmetleri sunan sağlayıcılar ile izle-öde sistemine sahip film sağlayıcılarıdır. Lineer yayıncılık hizmetinin dışında bir yapıya sahip bu film sağlayıcılarda herhangi bir saat dilimi gözetilmemektedir.

Televizyon yayıncıları dışında radyo yayıncıları ve isteğe bağlı medya hizmetleri de çocuklar için sakıncalı saat dilimiyle ilgili hususlardan sorumlu tutulmuşlardır. Bu kapsamda radyolar için *çocukların özellikle dinlemesi muhtemel vakitlere* radyocuların özen göstermesi ifade edilmiştir. (Yönetmelik, 2019,8) Çocukların muhtemel radyo başında olduğu vakitler okul zamanları, kahvaltı vakti gibi saat dilimlerini işaret etmektedir.

İsteğe bağlı yayın hizmetlerinde ise çocukların erişiminin mümkün olduğu içeriklere uyarı yazılarının eklenmesi gerektiği Yönetmelikte belirtilmektedir (a.g.y., 8). Çocuklara yönelik içeriklerde ve çocukların içeriği görüntülemesinde bir engel bulunmayan programlarda “Çocukları olumsuz etkileyebilir.” gibi uyarı ibarelerinde bulunması isteğe bağlı yayıncılardan beklenmektedir.

Birleşik Krallık düzenleyici otoritesi 18 yaş altı kişilerin fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimlerini ciddi şekilde bozabilecek içeriklerin yayınlanmasını yasaklamaktadır (Madde 1.1). Medya hizmet servisi sağlayıcılarından 18 yaş altı kişilerin korunması hususunda tüm makul adımların atılması gerektiği Ofcom tarafından Yönetmelikte belirtilmektedir. Makul adımlardan kasıt içeriklerin çocuklar için uygun zaman dilimlerine göre yayınlanıp yayınlanmadığıdır. Ayrıca program planlaması yapılırken

gözetilmesi gereken hususlar da yayıncılara belirtilmektedir. Bu kapsamda içeriğin doğasının ve çocukların ekran karşısında bulunması muhtemel saat dilimlerinin yayıncılar tarafından göz önünde bulundurulması tavsiye edilmektedir. Örneğin, hafta sonu okulların tatil olması sebebiyle çocukların ekran karşısında bulunması muhtemel bir zaman dilimini ifade etmektedir. Dolayısıyla Ofcom, medya hizmet sağlayıcıların yayın içeriklerini oluştururken çocukların korunmasına ilişkin hususların hesaba katılmasını yayıncılardan beklemektedir.

Çocuklar için sakıncalı saat dilimi ve buna ilişkin uyulması gereken maddeler Ofcom tarafından yayıncılara Yönetmelik maddeleri dışında açıklamalarla da belirtilmektedir. *Watershed* için kıstas 21:00 olmasına karşın yetişkinlere yönelik içeriklere geçişin ani olmaması Yönetmelikte açıkça belirtilmektedir. (madde 1.4) Televizyonlar için etkisi yüksek materyalin yayın içeriği planlanırken daha ileri vakitlere bırakılması gerektiği hususu vurgulanmaktadır. Örneğin şiddet ögesi barındıran ve ilgili yayında bağlam gereği önem arz eden bir içeriğin 21.01 verilmesi durumunda Ofcom'un müeyyide uygulaması muhtemeldir. Medya hizmet sağlayıcılardan beklenen ilgili içeriğin 21:30'da veya daha sonraki bir saatte verilmesidir. İleride de örnekleyeceğimiz gibi Ofcom'un bu konuda sıkı bir politika güttüğünü gösteren müeyyideleri bulunmaktadır.

Sakıncalı saat dilimi kavramı ve uygulaması Birleşik Krallık yayıncıları tarafından iyi anlaşılmıştır. Saat dilimi uygulaması (*watershed*) çocuk izleyici deneyimlerini düzenlemede etkili ve faydalı bir yöntemdir. Ofcom tarafından yayıncılar için hazırlanan Yönetmelik rehberinde yer alan bilgiye göre, yapılan izleyici araştırmaları çocuklar için sakıncalı saat dilimi uygulamasının tüm televizyon kanalları için güçlü bir destek gördüğünü ve farkındalık oluşturduğunu göstermektedir. Sakıncalı saat dilimi uygulaması özellikle de 5 ve 8 yaş arası çocuk sahibi ebeveynler için önemli rol oynamaktadır; saat 19.30'a kadar olan saat dilimindeki içeriklere ve programlara dair izleyici ve yayıncılar arasında tesis edilmiş bir güven ortamına dikkat çekilmektedir.

Sakıncalı saat diliminden önce başlayan (21.00 öncesi) ve 21.00'dan sonra bitmesi planlanan yayın içerikleri özellikle de çocukların tatil dönemlerinde cezbedici olabilmektedir. Bu tarz durumlarda kanal ve onun cezbettği takipçi kitlesine bağlı olarak 21.00 sonrası geçişin kuvvetli olmaması ve doğrudan yetişkinlere yönelik materyal

içermemesi büyük önem taşımaktadır. Ayrıca Ofcom çocuklar için sakıncalı saat dilimleri dışında dahi programların ek bilgilendirme gerektirebileceğini vurgulamaktadır. Ofcom, bazı durumlarda 21.00 öncesi yayınlanan belirli programların, örneğin haber programlarının, kuvvetli ve çocukları olumsuz anlamda etkilemesi muhtemel içeriği barındırabileceğini izleyicilerin göz önünde bulundurmasını beklemektedir. Bu tarz durumlar yetişkinlerin, çocukların izleme deneyimlerini düzenleyebilmeleri için yayıncıların program öncesi net bilgi vermesinde kamu yararı olacağı belirtilmektedir. Ayrıca, özellikle geniş kitleye hitap eden programlarda belirli yaşlar için sorun olabilecek içeriklerin de hesaba katılması gerekmekte ve bu doğrultuda izleyiciye bilgilendirme yapılması önerilmektedir.

3.4.1.2. Cinsel ve diğer suçlara karışan 18 yaş altı kişilerin medyada sunumu

Medya hizmet sağlayıcıları henüz yetişkin olmamış bireylerin kimliklerinin ifşasını engellemeyi gerektiren durumlarda dikkatli ve sorumlu davranmalıdır. Mahkemelerde görülen cinsel suçlarda ilgili kişilerin mağdur, tanık, davalı, sanık vb olabileceği Ofcom tarafından yayıncılara hatırlatılmaktadır. Mahkemede görülen ve 18 yaş altı kişilerin doğrudan dâhil olduğu hassas davalarda sınırlı bilgilerle yayın yapılmaması vurgulanmaktadır. Henüz yetişkin olmamış kişilerin davada her ne sıfatla yer alırsa alsın isimleri, adresleri, okul bilgisi, çalışma yerleri, fotoğrafları verilmemelidir. Sanık veya olası sanık olan kişilerin kimliğine yer veren içeriklerin yayınlanması durumunda Ofcom yayıncılardan güçlü bir gerekçelendirme istemektedir. Zira Ofcom'un konuyu ele alırken, çocukların savunmasız ve incinebilir karakterde olduğunu yayıncılara hatırlatmaktadır (1.9).

İlgili hususlar açıkça göstermektedir ki Ofcom ne sıfatla olursa olsun suça karışmış çocuklara ilişkin haberlerde ilk olarak çocukların psikolojik açıdan etkilenmeye açık yönüne odaklanmış ve yayıncıları bu doğrultuda sorumlu yayıncılık yapma çağrısında bulunmuştur. Mahkeme kararının sonuçlanmış veya sonuçlanmamış olması ilgili hükümlerde Ofcom için kıstas değildir; tek kıstas 18 yaş altı kişilerin kimliklerin ifşa edilmemesidir. İlgili hüküm göstermektedir ki Ofcom hukukçulardan ziyade çocuk gelişimi uzmanları ve pedagoglarla görüşerek ilgili maddeyi hazırlamıştır.

Ofcom yayıncıların bu hükümlere ilişkin yasal tavsiye almasını tavsiye etmektedir. Zira Birleşik Krallık kanunlarında yetişkin olmayan bireylerin doğrudan

tanımlanmasını yasaklayan hükümler bulunmaktadır. Ayrıca Ofcom tarafından yayıncılara sunulan izlekte, yapboz etkisi diye adlandırılan durumlarda, yani farklı medya organlarında yer alan birkaç haberin ve raporun bir araya getirilerek çocuğun kimliğinin ifşa edilebileceği riski yayıncılara düzenleyici otorite tarafından hatırlatılmaktadır. Bu kapsamda Ofcom, yayıncıları bu konuda gerekli özeni göstermeye ve dikkatli hareket etmeye çağırmaktadır.

3.4.1.3. Uyuşturucu, sigara ve alkol kullanımı

Kuvvetli bir editoryal gerekçe olmadıkça öncelikle çocuklar için hazırlanmış programlarda yasadışı uyuşturucu kullanımına, uyuşturucu istismarına, sigara ve alkol kullanımına, solvent olarak adlandırılan sentetik çözücü madde kullanımına görsel işitsel medya hizmeti servislerinde yer verilmemektedir. (Yönetmelik, m.1.10; s.10) Editoryal bir gerekçe olmadıkça sakıncalı saat dilimleri (watershed) dışında çocuklar için hazırlanan programların dışındaki yayınlarda da söz konusu maddelerin medya araçları vasıtasıyla sunumundan kaçılması ve bu maddelerin özendirilmemesi gerektiği ifade edilmektedir. Kısacası editoryal bir gerekçe olmadıkça 18 yaş altı çocukların izleyebileceği, dinleyebileceği veya erişebileceği yayınlarda uyuşturucu, sigara ve alkol gibi zararlı maddelerin özendirilmesi ve göz alıcı hale getirilmesi Yönetmelik hükümlerine göre yasaktır.

Türkiye’de sıkça tartışma konusu olan ekranlardaki tütün ve alkol ürünlerin özendirici biçimde gösterilmeme ilkesi görüldüğü üzere Birleşik Krallık yayıncıları için de geçerlidir ve bu maddelerin özendirilmesine göz yumulmamaktadır. Burada Ofcom tarafından üzerinde durulan husus ise yayıncıların editoryal gerekçe sunup sunmamasıdır. Zira Ofcom, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’ndan farklı olarak Yönetmelik maddelerinin ihlal edilmesi durumunda doğrudan ceza vermek yerine yayıncılardan öncelikle savunma istemektedir. Yayıncı tarafından Ofcom’a sunulan savunma metninin incelenmesinin akabinde ise Ofcom müeyyideye yer olup olmamasına karar vermektedir. Birleşik Krallık’taki mevcut sistemin işleyişinden ötürü Yönetmelikte sıklıkla “editoryal gerekçe” ibaresine başvurulmaktadır ve Türkiye’deki sistemden ayrılan yanı da budur.

Ofcom yayıncılara sunduğu rehberde alkol ve sigara gibi ürünlerin modern İngiliz toplumunun meşru bir parçası olduğunu kabul etmekle birlikte, ilgili hükmün savunması grupları olumsuz etkilememesi adına hazırlandığını ifade etmektedir. Ayrıca İngiliz Ulusal

Sosyal Araştırmalar Merkezi ve Ulusal Eğitim Araştırmaları Vakfı'nın yaptığı bir araştırmayı da yayıncılara dayanak gösteren Ofcom, 18 yaş altı gruplarda bahse konu olan zararlı ürünlerin kullanımın arttığını belirtmektedir. Dolayısıyla program yapımcıları yasadışı uyulşturucu kullanımını, uyulşturucu-çözücü maddeler-sigara ve alkolün kötüye kullanımının medyadaki temsilinin genç izleyiciler ve dinleyiciler üzerindeki etkisini sürekli göz önünde bulundurmalıdır. Ayrıca sakıncalı saat diliminde önce bahse konu öğelerden birinin yayın içerisinde yer alması durumunda editoryal gerekçe beklemektedir. Örneğin, sigara içmenin kanser ve diğer sağlık etkileriyle bağlantılı olduğuna dayanan bir filmde editoryal gerekçeler dikkatlice düşünülmelidir ve bu tarz bir örnekten filmin tarihsel bağlamı ve bütünlüğü editoryal bir gerekçeyi olulşturabilir. Böylesi istisnai durumların dışında ise uyulşturucu, alkol ve tütün ürünleri gibi maddelerin temsili, teşviki, özendirici ve cezbedici hâlde sunulması ve kötüye kullanımının yayın içerisinde yer alması durumunda yayıncıların yaptırımına karşılaşması kuvvetle muhtemeldir.

3.4.1.4. şiddet ve tehlike olulşturan davranışlar

şiddet, şiddetin artçı etkisi, sözlü veya fiziksel şiddetin tasviri yayınlarda sakıncalı saat diliminden önce (watershed) makul biçimde sınırlandırılmalı ve söz konusu öğelere programlarda yer verilmesi durumunda içeriğin bağlamı gerekçelendirilmelidir (m.1.11; s.10). Sözlü veya fiziksel olsun fark etmeksizin yayınlardaki şiddet öğeleri çocuklar tarafından kolayca taklit edilebilen, dolayısıyla zararlı veya tehlikeli bir durum olulşturabilecek yapıya sahiptir. Bu nedenle bahse konu riskli durumlara zemin hazırlamaması için öncelikle çocuklar için hazırlanmış programlarda kuvvetli bir editoryal gerekçe olmadıkça şiddet öğelerine yer verilmemesi Ofcom tarafından medya hizmet servisi sağlayıcılarından beklenmektedir.

Ofcom şiddet ve tehlikeli davranışı iki ayrı başlık olarak değerlendirmekte ve şiddet öğeleri konusundaki mevzuat hükümlerini tehlikeli davranış olulşturacak öğeler için de ayrıca vurgulamaktadır. şiddetin tasvirine yayınlarda yer verilmesi yasak olduğu gibi, aynı şekilde tehlikeli davranış ve tehlikeli davranışın tasviri de çocuklar için sakıncalı olan saat diliminde önce düzenleyici otorite tarafından yasaklanmaktadır (m.1.13). Çocuklar tarafından taklit edilmesi kolay olan tehlikeli davranışlara programlarda yer verilmesi durumunda, Ofcom yayıncılardan kuvvetli bir editoryal gerekçe göstermesini beklemektedir.

Ofcom'un şiddet ve tehlikeli davranışa ilişkin yaklaşımı diğer hususlara nazaran daha katıdır. Müeyyide gerektirmesi muhtemel durumlarda yayıncılardan “editorial gerekçe” sunmasını isteyen Ofcom, şiddet ve tehlikeli davranış konusunda ise “kuvvetli editorial gerekçe” istemektedir. “Kuvvetli” vurgusunun da işaret ettiği üzere, düzenleyici ve denetleyici otorite çocukların televizyon izlemesi, radyo dinlemesi ve erişiminin mümkün olduğu yayınlarda şiddet ögesine müsamaha göstermemektedir.

Şiddet yaşamın kendisinde mevcut olan bir öge olması nedeniyle yayın içeriklerinde tasvir edilmesi de kaçınılmazdır. Öte yandan yayın içerisindeki şiddet unsurlarının toplum üzerindeki, özellikle de çocuklar ve gençler üzerindeki olası etkisi de Ofcom tarafından endişe edilen bir olgudur. Şiddet çeşitli davranışları ve farklı durumları kapsar; çocukların tepkileri onların yaş gruplarına ve karakteristik özelliklerine ve hassasiyetlerine bağlı olarak değişkenlik gösterir. İzleyici araştırmaları şiddetin davranış üzerindeki doğrudan etkisi konusunda kesin yargıya varmamakla beraber çocukların şiddeti nasıl yorumladıkları, etkisini neyin azalttığı ve sıkıntıya neyin neden olduğu konularını vurgulamaktadır. Yapılan birçok araştırma çocukların televizyonda gördüklerini taklit edebilecek potansiyelde olduklarını göstermektedir. Yayıncılar çocukların gerçek ve kurgu öğelerini ayırt edecek yetiye sahip olamayabileceklerini, karakterle kendisini özdeşleştirebileceği, çocukların farklı gelişim aşamalarının olduğunu sürekli hatırd tutmalıdır. Ayrıca Ofcom ekranlarda gösterilmesi durumunda endişe duyulacak şiddet alanlarını şöyle örneklemektedir: Bıçak, silah veya saldırgan araçlar gibi evde erişilebilir ve tehlikeli veya zararlı bir şekilde tasvir edilen aletler veya maddelerin kullanımı; mikro dalgalar ve çamaşır kurutma makineleri gibi yanlış kullanıldığında zarar verebilecek ev eşyalarının tasviri; demiryolu hatları gibi belirli yerler; özellikle ciddi bir sonuç ve getiri yoksa çocukların potansiyel olarak tehlikeli bir oyunu tanınmasına neden olabilecek bazı materyaller; sakıncalı saat diliminden önce taklit edilmesi kolay olan asma eylemi veya asmak için yapılan hazırlıklar (Rehber, s.12).

3.4.1.5. Dilin kaba kullanımı

Aşırı derecede saldırgan ve incitici dile sahip içerikler sakıncalı saat diliminden önce yayınlanması yasaktır (m.1.14; s.11). Özellikle çocuklar için hazırlanan programlarda, olağanüstü istisnai durumların dışında, hakaret öğeleri içeren bir dil

kullanılamaz. Bağlamsal olarak gerekçelendirilmediği müddetçe çocukların izlemesinin, dinlemesinin ve erişmesinin mümkün olduğu yayınlarda kaba dilin kullanımı yasaktır.

Ofansif mizah olarak adlandırılan tür İngiliz kültürünün bir parçasıdır ve yayıncılık dünyasında önemli bir yere sahiptir. Bununla birlikte, çocuklara zarar verme ve genel manada hakaret suçları konusunda bu dil endişe uyandırmaktadır. Çocukların incitici ve saldırgan dili taklit edebilecekleri veya bu dilin kullanımını duyduklarında üzülebilecekleri; bu durumun da ebeveynler tarafından çocuklara bu dilin kullanımının yanlış olduğu konusunda bir tutum ve tavır sergileme teşebbüsünden önce yaşanabileceği gibi bir endişe söz konusudur. Watershed dilimine yakın bir vakitte daha yumuşak bir dil, mizahi bağlama oturtularak hafifletilmiş bir dil Ofcom tarafından problem teşkil etmezken; saat 21.00'dan önce küfür dâhil olmak üzere bu tarz bir dilin sık veya düzenli kullanımının genel olarak izleyicileri ve dinleyicileri rahatsız edeceğini vurgulamaktadır.

Yaş, engellilik, din ve inançlar, cinsiyet ve cinsel yönelimle ilgili taciz edici dil son derece saldırgan olabilir. Böylesi bir dilin kullanımına yönelik olumsuz tepkiler Birleşik Krallık'ta son yıllarda artmıştır. Suçun derecesi veya düzeyi dil yeni anlamlar kazandıkça değişebilir; örneğin ana akım kültür bir azınlık grubunun dilini benimsediğinde bu değişiklik gözlemlenebilir. Çok sayıda etnik, kültür ve inanç grubunu bir arada tutan Birleşik Krallık, bu hususların göz önünde bulundurulmasını yayıncılara tavsiye etmektedir.

Hakaret içeren sözler, kaba dilin kullanımı birçok program türünde kendisini gösterebilir. Örneğin şarkılar hakaret içeren sözlere sahip olabilir. Şarkılarda yer alan sözlerin hakarete, suça neden olabileceği durumları, suçu arttıracı veya azaltabilecek bağlamı ise yayıncılar dikkatle takip etmelidir.

Canlı haber kanalları, diğer yayıncılara uyum açısından farklı zorluklarla karşı karşıyadır. Bu kanallar kamu yararı açısından haberi, olduğu anda doğru bir şekilde rapor edebilmek için gerekli hizmetleri sunar. Haberlerin aciliyeti ve olaylara canlı olarak bağlanma zorunluluğu nedeniyle bazen yayıncı daha az editoryal kontrole sahip olabilir. Yayın hizmetinin sunumunda karşılaşılan bu durum, büyük ölçüde izleyici kitlesini oluşturan yetişkinler tarafından anlaşılmaktadır. Bu nedenle bu kanallardan aktarılan yayın içeriğinin çocuklar için uygun olmama olasılığı her zaman mevcuttur. Haber kanalları her zaman sakıncalı saat dilimi öncesinde saldırgan ve incitici dilin kullanımını

en aza indirgemeyi amaçlasa da işin doğası gereği bu tür bir dilin yayınlandığı istisnai durumlar olacaktır. Bu tarz durumlarda Ofcom’un gözettiği ölçütler şunlardır: yayının editoryal gerekçesi; yayının canlı veya kayıt olma durumu; herhangi bir çocuğun seyirci arasında bulunma ihtimalinin yüksek olduğu bir zamana denk gelip gelmemesi; dilin kullanıldığı bağlam; bir özür olup olmadığı. (Rehber, s.15) Belirtmek gerekirse canlı yayın sırasında karşılaşılan olumsuz bir durumda program sahibinin özür dilemesi kabahatin hafifletilmesine yardımcı olabilir.

3.4.1.6. Cinsel içerik ve çıplaklık

İngiliz Film Tasnif Kurumu tarafından 18 yaş sınırı konulan (+18) içerikler hiçbir zaman yayınlanamaz (m.1.17; s.12). Cinsel manada heyecan uyandırma amacıyla hazırlanan ve kuvvetli derecede cinsel görsel, dil ve öğeler içeren “yetişkinlere yönelik cinsel içerik”li yayınlar, 22.00-05.00 saat dilimlerinde abonelik hizmeti veren platformlar dışında yayınlanamaz. Ek ödemeli abonelik hizmetleri ve PİN korumalı olan sistemler saat dilimleri gözetilerek istisna tutulmaktadır. Bununla birlikte, izle-öde ve PİN korumalı sistemler, abonenin/kullanıcının 18 yaş üstünde bir yetişkin olduğunu sağlayan tedbirleri almakla da yükümlüdür. Yayıncılar bağlam kapsamında gerekçelendirilmiş cinsel içeriği, görseli veya dili barındıran fakat “yetişkinlere yönelik cinsel içerik” olarak sınıflandırılmayan yayınları ise çocuklar için sakıncalı saat dilimleri içerisinde sunabilir (m1.18; s12). Ayrıca, ciddi bir eğitici amaç taşımadığı müddetçe cinsel münasebet temsili yine çocuklar için sakıncalı saat dilimi dışında yayınlanamaz. Tüm bu hükümlere karşın, cinsel davranışla ilgili herhangi bir tartışma veya tasvir çocuklar için sakıncalı saat dilimi dışında yayın içeriğinde yer almışsa Ofcom yayıncıdan editoryal gerekçelendirme talep etmektedir.

Ofcom Yayıncılık Yönetmeliği cinsel içeriği ve çıplaklığı iki ayrı öge olarak değerlendirmektedir. Cinsel içerikle ilgili hükümler Yönetmelikte detaylandırılırken onu takip eden “çıplaklık” başlığında ise detay verilmeksizin ve ek bir açıklama yapılmaksızın, sakıncalı saat diliminden önce yer alan çıplaklık unsuru taşıyan öğelerin bağlamsal olarak gerekçelendirilmesi gerektiğini belirtilmektedir.

Türkiye ile Birleşik Krallık’ın keskin şekilde ayrıldığı noktalardan biri televizyon ekranlarında sergilenen cinsel içerik ve çıplaklık öğeleridir. Ofcom kesin bir şekilde 5.30-21.00 saat dilimleri arasında çocuklar için uygun olmayan cinsellik içeren öğelerin

yayınlanmasını yasaklamasına karşın çocuklar için sakıncalı saat dilimine geçildiği zaman (21.00-5.30) yayıncıları bu hükümden muaf tutar. Saat 21.00'dan sonra keskin bir geçiş olmaması kaydıyla Birleşik Krallık televizyon ekranlarında cinsel içerik ve çıplaklık serbest bırakılmaktadır. Bu saat diliminden sonra çocukların olası ruhsal, ahlaki, mental etkilenmelerine karşı sorumluluk makamı yayıncıların değil; ebeveynlerindir. Çocukların 21.00 sonrası yayın içeriklerine erişimi hususu yayıncılar için müeyyide konusu olmamaktadır. Ayrıca bu kısımda Ofcom 18 yaş derecelendirme kategorisi ile 18 yaş üstüne yönelik cinsel içeriğin ayrımını Tasnif Kurumu'na havale ederek yayıncıları dikkatli olmaya çağırmaktadır.

Bu kısımda parantez açmak gerekirse İngiliz Film Tasnif Kurumu'nun tanımı ve işlevinin anlaşılması bölüm açısından fayda doğuracaktır. Birleşik Krallık'ta filmlerin yaş derecelerine göre uygunluğuna karar veren ve bu kapsamda akıllı işaretleri yerleştiren kurum İngiliz Film Tasnif Kurumudur (British Board of Film Classification-BBFC). Yayın içeriğinin Tasnif Kurumu tarafından 18 yaş (R18) derecelendirmesine eşdeğer olup olmadığına ve bu nedenle bu kurala tabi olup olmadığına karar verilirken, yayıncılar 18 yaş derecelendirmesi çalışmalarıyla ilgili Tasnif Kurumu'nun yönergelerini incelemelidir. Tasnif Kurumu'nun 18 yaş derecelendirme tanımı şu şekildedir: "18 yaş kategorisi, öncelikle yetişkinleri içeren, güçlü fetiş materyali veya cinselliğe rıza gösteren sansürsüz/açık çalışmalar için özel ve yasal olarak sınırlandırılmış bir sınıflandırmadır. Filmler özel lisanslı sinemalarda yalnızca 18 yaşından küçük olmayan yetişkinlere gösterilebilir ve videolar yalnızca lisanslı seks ürünleri satan dükkanlarda yetişkinlere tedarik edilebilir." Yönerge, yetişkinler yönelik cinsel içeriğin ise birincil amacının cinsel uyarılma veya cinsel heyecan olduğunu, yalnızca simüle edilebilecek materyal içeren cinsel içeriğin genellikle "18" kapsamında değerlendirildiğini, gerçek cinsel ilişkinin net görüntülerini, güçlü fetiş materyallerini, müstehcen animasyonlu görselleri veya diğer görünürlüğü yüksek cinsel görüntüleri içeren seks çalışmalarının R18 kategorisiyle sınırlandırılacağını belirtir.

Ofcom, yetişkinlere yönelik cinsel materyalin birincil amacının cinsel uyarılma ve heyecan uyandırma olduğunu, cinsel içerikli kuvvetli görüntüler veya dil içerdiğini düşünmektedir. Örneğin, bir drama veya belgeselin anlatımı temelde birincil amaç cinsel uyarılma ve heyecan uyandırmak için aracı bir rol üstleniyorsa, bu içerik muhtemelen yetişkinlere yönelik cinsel içerik olacaktır; çünkü içerik bağlam tarafından editoryal

olarak gerekçelendirilemez. Cinsel içeriğin kapsamı, açıklığı, süresi; editoryal amacı destekleyip desteklemeyeceği, cinsel içeriğin haklı gösterecek eğitici veya başka bir amaç taşıyıp taşımadığı gibi hususlar bağlam ve gerekçelendirme açısından Ofcom tarafından dikkate alınmaktadır.

3.4.1.7. Filmler ve zorunlu gündüz koruması

Birleşik Krallık'ta yayınlanacak filmler yayın öncesi İngiliz Film Tasnif Kurumu'nun sınıflandırmasına tabi tutulmaktadır. Tasnif Kurumu değerlendirmesi ve yaş derecelendirmesi bir filmin yayın için uygunluğu konusunda oldukça net bir gösterge olması nedeniyle, yayıncılara belirli izleyici kitlesi için zamanlama/program planlama konusunda daha rehberlik etmektedir. Bu kapsamda yayın planlaması oluşturulurken yaş derecelendirmesi, uygunsuz içeriğin sorun oluşturacak bir zamanda yayınlanmasını da önlemeye yardımcı olmaktadır. Tasnif Kurumu tarafından 18 yaşından küçüklere uygun olmadığı belirtilen filmler veya ona eşdeğer öğeler 21:00'dan önce herhangi bir medya hizmet sağlayışında (zorunlu gündüz koruması dışında) yayınlanamaz. 5:30 sonrası ve 21:00 öncesi zorunlu gündüz korumasının aktif olması kaydıyla çocuklar için uygun olmayan programlar çocuklar için sakıncalı saat diliminden sonra planlanabilir. Tasnif Kurumu tarafında 18 yaş sınırına kadar derecelendirilen filmler veya ona eşdeğer öğeler ise televizyonda günün herhangi bir saatinde yayınlanabilir. Ofcom izleyicilere filmlerin ve programların içeriğiyle ilgili açık ve net bilgilendirmelerin sağlanmasını yayıncılardan beklemektedir. İçeriklerin çocuklar için uygunluğunu değerlendirme hususunda yayıncıların yetişkinlere yardımcı olması tavsiye edilmekte ve zorunlu gündüz korumasının tüm izleyicilere aktarılması talep edilmektedir. Aksi durumda, zorunlu gündüz koruması kullanılmadığı zaman yayıncılar Ofcom'un (a)da belirtilen çocuklar için sakıncalı saat dilimindeki hususlarını takip etmelidir (m.1.25; s.13).

Zorunlu gündüz koruması 5:30 ile 21:00 arası uygulanan PİN korumalı sistemi belirtmektedir. İzle-öde hizmetleri ise 18 yaşa kadar derecelendirilmiş filmleri ve buna eşdeğer öğeleri 5:30-21:00 arası zorunlu gündüz korumasının geçerli olması kaydıyla günün herhangi bir saatinde yayınlayabilir. İzle-öde hizmetlerinin de program içeriklerinin çocuklara uygunluğu konusunda bilgilendirmede bulunması, çocukları koruma amacıyla abonelere içeriklerin görüntülenme tarih ve saat aralıklarını belirten bir sisteme sahip olması ve yetişkinlere yardımcı olması Ofcom tarafından tavsiye

edilmektedir. İngiliz Film Tasnif Kurumu tarafından 18 yaş altı çocuklar için uygun olmadığı belirtilen filmlerin yayınlanamayacağı da ifade edilmektedir. Premium abonelik hizmetlerine abone olan izleyicilerin, yayın içerikleri konusunda daha büyük bir sorumluluk payını kabul ettiklerini ve bu nedenle çocukların bu alandaki materyallere erişimini denetlemek için özel sorumluluğuna sahip olduklarını Ofcom vurgulamaktadır.

Program ve film içeriği hakkındaki bilgiler ayrıca Elektronik Program Rehberi denilen izlekten de görülebilmektedir. Türkiye’de Akıllı İşaretler olarak adlandırılan bu rehber kaba dil, cinsel içerik, şiddet gibi temalar içeren yayınlara dair izleyiciyi bilgilendirme işlevi görür.

3.4.1.8. Ruh çıkarma, büyücülük ve normal ötesi öğeler

Ruh çıkarma ve büyücülük gösterileri, doğüstü ve normal olmayan öğelerin gerçekmiş gibi medya hizmet sağlayıcılarında çocukların izlemesi, izlemesi ve erişmesi muhtemel saat dilimlerinde sunumuna ve eğlence amaçlı doğüstü uygulamalara Ofcom tarafından izin verilmemektedir. Bu kural drama, film ve komedi için uygulanmamaktadır (m.1.27; s.15).

Ofcom bu alanın karmaşıklığını ve göreceliliğini kabul etmekle beraber karışıklığı ortadan kaldırmak için yayıncılar açıklayıcı bilgiler sunmaktadır. Ruh çıkarma, büyücülük, okültizm, fal-tarot, paranormal, kehanet, medyumluk, astroloji gibi doğa üstü uygulamaları bu başlıkta açıklayan Ofcom, bu uygulamaların çocuklar açısından olumsuz bir sonuç riski taşıyıp taşımadığını ve zarar verme potansiyeli olup olmasını kıstas olarak ele alır.

3.4.1.9. 18 yaş altındaki kişilerin programlara katılımı

Yayınlarda yer alan 18 yaş altı kişilerin fiziksel ve duygusal sağlığı ile onların haysiyet ve saygınlığına gerekli özen ve dikkat gösterilmelidir. Bu özen ve dikkat, ebeveyn tarafından verilen onaya bakılmaksızın yayıncı tarafından sağlanmalıdır. 18 yaş altı kişilerin programlara katılımı veya bu programların yayınlanması, bu kişilerde gereksiz sıkıntı ve endişeye neden olmamalıdır. Çocuklara yönelik ödüller hem hedef izleyici kitlesinin hem de katılımcıların yaş aralığına uygun olmalıdır (m.1.28-30; s.15).

Ofcom 18 yaş altı kişilerin programlarda, yayın içeriklerinde yer almasına ilişkin yayıncılara teferruatlı bir rehber hazırlamıştır. Bu kapsamda, yayıncılar on sekiz yaşın

altındaki tüm katılımcıların çıkarlarını korumak için gereken özeni göstermek ve prodüksiyonun odağında çocuğun refahını ve sağlığını gözetmekle sorumludur. Uzman görüşleri, bir çocuğun savunmasız ve dayanıklı olmasının yaş, cinsiyet, olgunluk, kültürel-etnik ve dini köken, kişisel koşullar ve önceki yaşam deneyimleri gibi çeşitli faktörlere bağlı olarak önemli ölçüde değişebileceğini göstermektedir. Bu minvalde yayıncılar, bir prodüksiyona katılırken her gencin farklı şekilde tepki verebileceğini düşünmelidir. Her durumda neyin uygun olduğuna karar vermekle yükümlü olan taraf yayıncının kendisidir.

Bazı program türleri ve formatları çatışma ve kriz üzerine odaklanmaktadır. Bu tarz durumlar çocuklarda sıkıntı ve endişeye neden olacaktır. Yayıncılar bu tür programlara 18 yaş altı katılımcıları dâhil ederken çok dikkatli davranmalıdır. Çocukların yaşı, ruhsal ve fiziksel olgunluğu, kişisel koşulları dikkate alınmalıdır.

Yayıncılar 18 yaşın altındaki kişilerin korunması için uyulacak yasal yükümlülükler ve gerekliliklerden kendileri sorumludur.

3.4.2. Ofcom Yayıncılık Yönetmeliği İkinci Bölüm: Zarar Verici İçerik ve Suç

On Sekiz Yaş Altı Çocukların Korunmasını içeren birinci bölüm ile bütünlük oluşturan bu bölümün, hem on sekiz yaş altı çocukları hem de yetişkinleri korumak amacıyla hazırlandığı Yönetmelikte ifade edilmektedir (s.16). İlgili bölümün temel amacı izleyicileri televizyon ve radyo hizmetlerindeki zararlı ve suç teşkil edici içerikten yeterli düzeyde korumaktır. İlgili bölüm *genel kabul görmüş standartlar; şiddet, tehlikeli davranış ve intihar; şeytan çıkarma, büyüculük ve normal ötesi olaylar; hipnotizma teknikleri, canlandırılmış haberler ve ışığa duyarlı epilepsi ile yayın yarışmaları ve oylama* kısımlarından oluşmaktadır. *Şiddet, tehlikeli davranış ve intihar; şeytan çıkarma, büyüculük ve normal ötesi olaylar* ile *yayın yarışmaları ve oylama* kısımları 18 Yaş Altı Çocukların Korunması başlıklı birinci bölüm ile birbirini destekleyen hükümlerden oluşmaktadır.

3.4.2.1. Genel kabul görmüş standartlar

Halkın zararlı ve/veya saldırgan materyalden korunması için genel kabul görmüş standartlar televizyon ve radyo servisleriyle BBC İsteğe Bağlı Program Hizmetlerinin (BBC ODPS) içeriklerine uygulanmalıdır. Yönetmeliğe göre gerçeklere dayalı

programlar, öğeler veya gerçeklere dayalı konuların tasvirleri, izleyiciyi bariz bir şekilde yanıltmamalıdır (2.2). Genel olarak kabul edilmiş standartları uygularken yayıncıları sağlamakla oldukları yükümlülükler bulunmaktadır. Suça ve gücendirmeye neden olabilecek içerik bağlam göz önünde bulundurularak gerekçelendirilmelidir. Saldırgan dil, şiddet, seks, cinsel şiddet, aşağılama, sıkıntı verme, insan onurunun ihlali ile yaş, engellilik, cinsiyet ve cinsel yönelim, medeni durum, hamilelik, ırk, din ve inanç kaynaklı ayrımcı muamele ve ötekileştirici dil gibi hususlar suç ve zarar verici içerikli ilgili durumlardan bazılarıdır. Suçtan kaçınmaya veya suçu en aza indirmeye yardımcı olmak adına doğru bilgiler yayınlanmalıdır. (2.3).

İlgili bölüm yayıncıların hem editoryal hem de yasal olarak sorumlu oldukları hükümleri belirtmektedir. Klasik anlamda suça, hakarete, zarar verici eylemlere verilen örneklerin dışında yayıncının doğru bilgi vermesinin önemi de ayrıca vurgulanmaktadır. Yayıncının doğru bilgilerle hareket etmesi doğal olarak mevcut veya potansiyeli suç önlemiş ve en aza indirmiş olacaktır.

3.4.2.2. Şiddet, tehlikeli davranış ve intihar

Bağlamı da dikkate alınarak programlar şiddeti, tehlikeli veya ciddi anlamda anti sosyal davranışları cezbedici şekilde gösteren veya onlara göz yuman içeriklere yer veremez. Bu tutum başkalarının da zarar verici aynı davranışı taklit etmesine neden olabilir (2.4). Ayrıca içerik ve bağlam açısından gerekçelendirildikleri durumlar istisna olmak üzere, intihar ve kendine zarar verme yöntemleri yayın içeriklerine dâhil edilemez.

Ofcom şiddetin teşvik edilmesini izleyici ve dinleyicilerin de aynı zararlı davranışı tekrar edecekleri endişesiyle yasaklamakta ve yayıncıları bağlamsal ve editoryal olarak gerekçelendirmedikleri müddetçe yayın içeriklerinde şiddet özendirici öğelere yer verilmemesini desteklemektedir. Ayrıca şiddet ve tehlikeli davranışla ilgili hükümler, 18 yaş altındaki çocukların korunmasıyla ilgili bölümde de yer aldığından Ofcom, ilgili kısımların yayıncılar tarafından bütüncül olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. “Şiddet ve tehlike oluşturan davranışlar” başlıklı ilk bölümden farklı olarak bu bölümde intihar ve kendi kendine zarar verme yöntemleri de yer almaktadır.

3.4.2.3. Şeytan çıkarma, büyüculük ve normal ötesi olaylar

Şeytan çıkarma, büyü, normal ötesi ve doğaüstü olaylar, kehanet gibi uygulamalar gerçek gibi gösterilmemeli ve gerekli tarafsızlıkla ele alınmalıdır (2.6). Şeytan çıkarma,

büyü, doğaüstü olay, kehanet veya normal ötesi uygulamalardan herhangi biri eğlence amaçlıysa, bu durum izleyiciler ve dinleyicilere açıklanmalıdır. Şeytan çıkarma, büyü, doğaüstü olay, kehanet veya normal ötesi uygulamalardan herhangi biri, ister gerçek ister eğlence amaçlı olsun, bireylere yönelik hayat değiştiren tavsiyeler içermemelidir. (2.8) Dini programla bu kuraldan muaf tutulmakla birlikte onların uyması gereken kurallar Yönetmelik içerisinde farklı bir bölümde ayrıca detaylandırılmaktadır.

Doğaüstü ritüelleri içeren bu bölüm on sekiz yaşın altındaki çocukların korunmasına ilişkin birinci bölümdeki aynı başlıkla birlikte değerlendirilmelidir. Bu kısımda dikkat çeken nokta istisna tutulan programlardır. Eğlence amaçlı programlar insanların hayatını etkileyici tavsiye içermediği müddetçe ilgili hükümden muaf tutulurken, dini içerikler ise hayat değiştirici tavsiye hükmünden de muaftır. Hayat değiştiren tavsiyeler insanlara sağlık, para, iş ve ilişkiler konusunda ne yapmalarını gerektiğini söyleyen ve kendilerine doğrudan güvenmelerini talep eden içerikleri kapsamaktadır.

3.4.2.4. Hipnotik ve diğer teknikler, simüle edilmiş haberler ve ışığa duyarlı epilepsi

Yayıncılar, hipnotik tekniklerin gösterimlerine dair içeriği yayınlarken izleyicilerde ve dinleyicilerde hipnozu ve ters tepkileri önlemek için gerekli derecede sorumluluğu almak zorundadır. Hipnozcinun sözlü rutinlerinin tamamını yayınlamamalı veya doğrudan kameraya performans sergilemesine imkân tanımamalıdır (2.9). Haber canlandırmaları, izleyicilerin ve dinleyicilerin takip ettiği haberin gerçek olmadığını kolaylıkla anlayacakları şekilde verilmelidir. Yayıncılar, izleyiciler ve dinleyicilerin farkında olmadan onlara mesaj iletme veya zihinlerini etkilemeye dayanan teknikleri kullanamaz (2.11). Televizyon yayıncıları ışığa duyarlı epilepsisi olan izleyicileri göz önünde bulundurarak onlar için riski düşük bir düzeyde tutacak önlemler almalıdır. Bahse konu hükmün uygulanmamasının mümkün olmadığı veya editoryal gerekçenin sunulduğu yanıp sönen ışıkların olduğu yayın ortamında, yayıncılar izleyicileri yeterli bir şekilde sözlü ve uygunsa programın başlangıcında metinle uyarmalıdır.

Ofcom izleyicilerin ve dinleyicilerin izledikleri veya dinledikleri canlandırma haberlerde ve yayın içeriklerinde gerçeklikle ilgili en ufak bir şüphenin oluşmamasını

sağlamaya çalışmaktadır. Yine aynı şekilde izleyici ve dinleyicilerin bilinç dışı şekilde yönlendirmeye maruz kalmamalarının sağlanmasını yayıncılardan talep etmektedir.

3.4.2.5. Yayın yarışmaları ve oylama

İzleyicilerin veya dinleyicilerin ödül kazanma fırsatı için herhangi bir yöntemle davet edildiği yarışmalar ve ücretsiz ödül çekişleri yayın yarışmaları olarak ele alınmaktadır. Program yarışmaları ve oylamalar adil şekilde yapılmalıdır. Yayıncılar, izleyicilerin ve dinleyicilerin herhangi bir yayın yarışması veya oylama konusunda maddi olarak yanıltılmamasını sağlamalıdır. Yayıncılar, bir yayın yarışması veya oylama için kurallar belirlemelidir. Bu kurallar açık ve bilinir olmalıdır. Özellikle, bir izleyicinin veya dinleyicinin programa katılma kararını etkileyebilecek önemli koşullar, yarışmaya katılım daveti iletilindiğinde belirtilmelidir. Yayın yarışması ödülleri doğru bir şekilde tanımlanmalıdır (2.14-16).

Yetişkinlere yönelik hususları içeren ilgili bölüm, yarışma katılımcısının 18 yaş altı çocuk olması durumunda yeni hususları içermektedir. Bir önceki bölümde ele alınan on sekiz yaş altı kişilerin yarışmaya katılımı ve uyulması gereken kurallar, mevcut bölümle birlikte değerlendirilmelidir.

3.5. Ofcom Tarafından Uygulanan Müeyyide Örnekleri

Bu bölümde yukarıda bahsedilen Ofcom Yayıncılık Yönetmeliğinde yer alan çocuklarla ilgili hususların ihlali durumunda Ofcom tarafında medya hizmet sağlayıcılara uygulanan müeyyidelerin üzerinde durulacaktır. Türkiye'deki Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun mevcut uygulamasından farklı olarak, Ofcom karara hükmetmeden önce ihlale konu içeriğin yayıncısından savunma istemektedir. Gelen savunmanın niteliğine göre ise Ofcom ihlale yer olup olmadığına karar vermektedir. Birleşik Krallık'taki Ofcom ve medya hizmet sağlayıcı kuruluş ile etkileşim içinde ilerleyen müeyyide süreci şu aşamalardan oluşmaktadır: Ofcom'a şikâyetin iletilmesi; şikâyetle konu içeriğin incelenmesi ve ilgili kısımdan hareketle, mevzuata atıfla oluşturulan raporun yayıncı kuruluşa gönderilip kuruluştan savunma istenmesi; medya hizmet sağlayıcısının şikâyetle konu yayın hakkında savunmasını hazırlayarak Ofcom'a sunması; Ofcom'un nihai kararı verip bunu taraflara bildirmesi.

Ofcom'un belirli zaman aralıklarıyla resmi sitesinden duyurduğu kararlar incelendiği zaman onların büyük çoğunluğunun, çocukların korunmasına ilişkin mevzuatı

ihlal eden yayınlardan kaynaklandığı kolaylıkla fark edilebilmektedir. Aşağıda farklı mevzuat maddelerini kapsamak üzere çeşitli müeyyide kararları örneklendirilmektedir. İlgili müeyyidelerde göze çarpan husus verilen hükümlerin büyük çoğunluğunun yayın içeriğinin zamanlaması, program saati planlamasıyla ilgili olduğudur. Watershed olarak adlandırılan ve çocuklar için sakıncalı saat diliminin başlangıcını 21:00 olarak net bir biçimde belirten Ofcom uygulaması, ilgili kararların çekirdeğini oluşturmaktadır. Yayın içeriklerinin cinsel, şiddet, gücendirici dil kullanımı gibi unsurlarına bakılmakla birlikte söz konusu unsurların saat 5:30 ve 21:00 arasında verilmesi cezaların temelini oluşturmaktadır. Bahse konu saat dilimi çocukların kolaylıkla medya hizmet sağlayıcılarına erişebileceği saat dilimlerini işaret etmektedir. Çocukların ekran karşısında hazır bulunması muhtemel vakitlere yayıncıların riayet etmemeleri müeyyide sürecinin temel tetikleyicisidir. 18 yaş altı çocukların korunmasına ilişkin mevzuatta en sık yapılan ihlal zamanlama/planlama konusudur ve bu ihlal toplam ihlallerin büyük yekününü oluşturmaktadır. Bahse konu yayının cinsellik, şiddet, gücendirici dil içermesi gibi hususlar ayrı Yönetmelik maddeleriyle zikredilmekle beraber aynı zamanda “Uygun planlama/zamanlama doğrultusunda, çocuklar ayrıca kendileri için uygun olmayan içeriklerden korunmalıdır.” (1.3) hükmünün de ihlalini kapsamaktadır.

3.5.1. Müeyyide 1:

Yapım: The First Hour (İlk Saat)

Yayıncı: Ginx TV

Tarih: 4 Aralık 2019, 19:00

İhlalin konusu: Yüksek şiddette kaba dilin sakıncalı saat diliminden önce yayınlanması

Sonuç: Bilgisayar oyunlarına odaklanan programda saat 19:00 sularında sunucu tarafından iki kez “fuck” kelimesinin kullanılması ihlalin sebebini oluşturmaktadır. Çocukların ekran başında bulunabileceği bir saat diliminde, 21:00’dan önce dilin kaba şekilde kullanılması Ofcom’un “*Aşırı derecede saldırgan ve incitici dile sahip içeriklerin sakıncalı saat diliminden önce yayınlanması yasaktır*” (1.14) hükmünü ihlal etmektedir. Ayrıca yayıncı kuruluş savunma metninde sorumluluğu kabul edip bahse konu içerikten dolayı özür dilemektedir.

3.5.2. Müeyyide 2:

Yapım: Müzik yayını

Yayıncı: Seckow Sounds

Tarih: 10 Ağustos 2020, 14:00-15:00

İhlalin konusu: Gün içerisinde yayınlanan 3 şarkının sözlerinin kaba dil içermesi

Sonuç: İlgili tarihteki saat aralığında radyodan çalınan üç farklı şarkı “fuck” sözcüğünü ve bunun türevlerini içermektedir. Çocukların radyo dinleyebileceği bir saat diliminde, yani 5:30 -21:00 arasında dilin kaba şekilde kullanılması Ofcom’un “*Aşırı derecede saldırgan ve incitici dile sahip içeriklerin sakıncalı saat diliminden önce yayınlanması yasaktır*” (1.14) hükmünü ihlal etmektedir. Ayrıca Ofcom Yönetmeliğin ikinci bölümünü oluşturan zarar verici ve suça yönelik içerik kısmının ihlali hükmüne de varılmıştır. “*Suçta ve gücendirmeye neden olabilecek içerik bağlam göz önünde bulundurularak gerekçelendirilmelidir. Saldırgan dil, şiddet, seks, cinsel şiddet, aşağılama, sıkıntı verme, insan onurunun ihlali ile yaş, engellilik, cinsiyet ve cinsel yönelim, medeni durum, hamilelik, ırk, din ve inanç kaynaklı ayrımcı muamele ve ötekileştirici dil gibi hususlar suç ve zarar verici içerikli ilgili durumlardan bazılarıdır.*” (2.3) kuralına yönelik bir editoryal gerekçe ve bağlam bulunmadığı kanaatinden hareket eden Ofcom ilgili medya hizmet sağlayıcısına iki farklı hükmün ihlaline yönelik müeyyide uygulamıştır.

3.5.3. Müeyyide 3:

Yapım: Vegas: Mafyanın Yarattığı Şehir

Yayıncı: CCX TV

Tarih: 8 Kasım 2020, 12:30

İhlalin konusu: Şiddet içeren gerçek yaşam görüntülerinin sakıncalı saat diliminden önce yayınlanması

Sonuç: Las Vegas’ta mafyanın yükselişine ilişkin gerçek bir suç öyküsünü anlatan belgeselde reklamların bitiminde anlatıcı “1980’lerde Las Vegas’ta mafya etkisinin azaldığı görülüyordu. Federaller tarafından kuşatılmış, ülke çapındaki mafya patronları ya eyalet kanıtlarını çeviriyor ya da ölü olarak ortaya çıkıyordu.” sözlerine sarf ettiği

sırada ekranda arabanın altında yüz üstü yerde yatan çıplak ceset görüntüsü üç saniye boyunca belirmiştir. Bahse konu sahnenin çocukların ekran başında yer alması muhtemel bir vakitte ekrana yansıtılması ihlalin özünü oluşturmaktadır. “*Şiddet, şiddetin artçı etkisi, sözlü veya fiziksel şiddetin tasviri yayınlarda sakıncalı saat diliminden önce (watershed) makul biçimde sınırlandırılmalı ve söz konusu öğelere programlarda yer verilmesi durumunda içeriğin bağlamı gerekçelendirilmelidir*” (1.11) maddesinin ihlaline Ofcom tarafından hükmedilmiştir. Ayrıca *Suç ve gücendirmeye neden olabilecek içerik bağlam göz önünde bulundurularak gerekçelendirilmelidir. Saldırgan dil, şiddet, seks, cinsel şiddet, aşağılama, sıkıntı verme, insan onurunun ihlali ile yaş, engellilik, cinsiyet ve cinsel yönelim, medeni durum, hamilelik, ırk, din ve inanç kaynaklı ayrımcı muamele ve ötekileştirici dil gibi hususlar suç ve zarar verici içerikli ilgili durumlardan bazılarıdır.*” (2.3) maddesinin de hükmüne varan Ofcom, yayıncı tarafından kendisine gönderilen savunma metninin şiddet görüntüleri için yeterli editoryal gerekçe ve bağlam oluşturmadığını belirtmiştir.

3.5.4. Müeyyide 4:

Yapım: The Sex Business

Yayıncı: Channel 5

Tarih: 17 Haziran 2019, 22:00

İhlalin konusu: Aşırı derecede cinsel görüntülerin ve dilin kullanılması

Sonuç: İnsanların cinsel tercihlerine odaklanan programda cinsel münasebete dair görüntülere ve pornografik içeriğe yer verilmiştir. İlgili program sakıncalı saat dilimi içerisinde yayınlanmamasına rağmen (22:00) ve cinsel içeriğe dair izleyicileri bilgilendiren uyarıları barındırmasına karşın Ofcom tarafından cezaya uğramıştır. Ofcom ceza gerekçesi olarak “*Yayıncılar bağlam kapsamında gerekçelendirilmiş cinsel içeriği, görseli veya dili barındıran fakat “yetişkinlere yönelik cinsel içerik” olarak sınıflandırılmayan yayınları ise çocuklar için sakıncalı saat dilimleri içerisinde sunabilir.*” (1.19) maddesine atıf yapmaktadır. Yayının yüksek dozda cinsel ve pornografik görüntüler içermesi, 18 yaş altı kişiler için uygun olmayan bu içeriğin yayıncılık anlamında bağlama oturtulamaması nedeniyle Ofcom tarafından cezai işleme tabi tutulmuştur.

3.5.5. Müeyyide 5:

Yapım: Aankhen

Yayıncı: Sony Max

Tarih: 20 Ekim 2019, 16:44

İhlalin konusu: İntihar tasvirinin sakıncalı saat diliminden önce yayınlanması

Sonuç: 2002 yapımı Aankhen isimli Hint filminde yer alan sahnede filmin kadın karakteri tetiği çekerek silahla kendisini başından vurmaktadır. Yaklaşık 8 saniye süren intihar görüntüsüne kanın etrafa yayılması ve kurşun izlerinin gösterilmesi eşlik etmektedir. Bahse konu içeriğin “*Şiddet, şiddetin artçı etkisi, sözlü veya fiziksel şiddetin tasviri yayınlarda sakıncalı saat diliminden önce (watershed) makul biçimde sınırlandırılmalı ve söz konusu öğelere programlarda yer verilmesi durumunda içeriğin bağlamı gerekçelendirilmelidir*” (1.11) ve “*İçerik ve bağlam açısından gerekçelendirildikleri durumlar istisna olmak üzere, intihar ve kendine zarar verme yöntemleri yayın içeriklerine dâhil edilemez.*” (2.5) maddelerinin ihlali olarak Ofcom tarafından değerlendirilmiş ve medya hizmet sağlayıcısına müeyyide uygulanmıştır.

3.5.6. Müeyyide 6:

Yapım: On War

Yayıncı: Filmbox Premium

Tarih: 17 Ekim 2019, 15:35

İhlalin konusu: Şiddet ve cinsel münasebetin sakıncalı saat diliminden önce yayınlanması

Sonuç: Premium film üyelik hizmeti sunan Filmbox medya hizmet sağlayıcısı aşırı derecede cinsellik içermesi, bu içeriğin çocukları fiziksel ve ruhsal anlamda olumsuz etkileyecek seviyede olması ve yaş derecelendirmesinden noksan olması nedeniyle Ofcom tarafından cezaya çarptırılmıştır. Yetişkinlere yönelik cinsel içeriğin çocukların ekran başında olabileceği bir saat diliminde yayınlanması , Premium hizmeti olmasına karşın koruma içermeyen çocukların erişimine açık olması ve kanlı şiddet görüntülerinin bu yapımda yer alması cezanın nedenleri olarak açıklanmıştır. Ofcom Yayıncılık Yönetmeliğinde çocukların korunmasına ilişkin “*Çocuklar kendileri için uygun olmayan*

içerikten yayıncılar tarafından alınan gerekli tedbirlerle korunmalıdır.” (1,3); “Şiddet, şiddetin artçı etkisi, sözlü veya fiziksel şiddetin tasviri yayınlarda sakıncalı saat diliminden önce (watershed) makul biçimde sınırlandırılmalı ve söz konusu öğelere programlarda yer verilmesi durumunda içeriğin bağlamı gerekçelendirilmelidir” (1.11); “Ciddi bir eğitici amaç taşımadığı müddetçe cinsel münasebet temsili yine çocuklar için sakıncalı saat dilimi dışında yayınlanamaz. Tüm bu hükümlere karşın, cinsel davranışla ilgili herhangi bir tartışma veya tasvir çocuklar için sakıncalı saat dilimi dışında yayın içeriğinde yer almışsa Ofcom yayıncıdan editoryal gerekçelendirme talep etmektedir.” (1.20) hükümleri medya hizmet sağlayıcısı tarafından ihlal edilmiştir.

3.5.7. Müeyyide 7:

Yapım: Music

Yayıncı: Caroline Community Radio

Tarih: 17 Aralık 2020, 08:00

İhlalin konusu: Cinsel içeriğin sakıncalı saat diliminden önce yayınlanması

Sonuç: Müzik yayını yapan radyoda çalınan Fransız öpücüğü isimli şarkı herhangi bir söze sahip olmamasına rağmen cinsel çağrışımlar yapan seslere yer vermektedir. “Çocuklar kendileri için uygun olmayan içerikten yayıncılar tarafından alınan gerekli tedbirlerle (uygun planlama ve zamanlama) korunmalıdır.” (1.3) hükmünün ihlal edildiği kanaatine varan Ofcom, 6:00 ve 9:00 saat dilimlerini çocukların radyo dinlemesi muhtemel vakitler olarak ele aldığı için bu kararı uygulamıştır.

3.5.8. Müeyyide 8:

Yapım: Big Brother

Yayıncı: Channel 5

Tarih: 23 Ekim 2011, 21:00

İhlalin konusu: Çocuklar için sakıncalı saat dilimine ani şekilde geçiş yapılması

Sonuç: Watershed için kıstas 21:00 olmasına karşın yetişkinlere yönelik içeriklere geçişin ani olmaması Yönetmelikte açıkça belirtilmektedir. Yönetmeliğin “Televizyonlar için, sakıncalı saat diliminde yetişkinlere yönelik içeriğe geçişler aşırı derecede ani olmamalıdır. Televizyon için, en güçlü içerik/materyal programda/planlamada daha

sonra gösterilmelidir.” (1.6) maddesine rağmen ilgili yayının yeni saat diliminin henüz 11. ve 16.saniyesinde küfürlü sözlerle yer vermesi, Ofcom tarafından müeyyidenin nedeni olarak vurgulanmıştır. Ofcom söz konusu ihlale ilişkin yayıncının savunma metninde sunduğu editoryal gerekçeleri kabul etmemiş ve çocuklar için uygun olmayan saat dilimine geçişin ani şekilde yapıldığına karar vermiştir.

3.5.9. Müeyyide 9:

Yapım: Play

Yayıncı: Five

Tarih: 22 Ocak 2011, 08:30

İhlalin konusu: Çocuklar için tehlikeli sayılabilecek içeriğin teşvik edilmesi

Sonuç: “Yağmur yağıyor. Yağmurda ne yapabilirsin? Ethan ne kadar ıslanabileceğini göreceksin, Liam da öyle ve Daniel de öyle. Jay ve Luke eğlenceye katılmak için sabırsızlanıyorlar.” anlatıcı tarafından sarf edilen bu sözler havuza atlamak üzere olan çocukların görüntüsüyle birlikte yayında verilmektedir. Bahse konu söylem ve eylem, ekran başındaki çocukları derin havuza dalma konusunda potansiyel olarak teşvik edeceği gerekçesiyle düzenleyici ve denetleyici otorite tarafından müeyyide sebebi olarak ele alınmıştır. “Çocuklar tarafından kolaylıkla taklit edilebilen tehlikeli davranışlara veya onların tasvirine, kuvvetli bir editoryal gerekçe olmadıkça yayın içeriğinde yer verilemez.” (1.13) hükmü bu kapsamda ihlal edilmektedir. Çocukları derin havuza dalma ve ıslanma konusunda teşvik eden yayında, çocukların başlarında onları kontrol edebilecek hiçbir yetişkinin bulunmaması ve program başında ve içerisinde herhangi bir yarı ibaresinin yer almaması Ofcom’un müeyyide gerekçeleri olarak sıralanmıştır.

3.6. Ofcom Araştırma Raporları ve Sonuçları

Birleşik Krallık düzenleyici ve denetleyici otoritesi Ofcom çocukların korunmasıyla ilgili yaptığı araştırmalar, hazırladığı raporlarla medya ve iletişim alanında başat role sahiptir. Söz konusu rapor ve araştırmaların amacı bir yandan mevcut düzenlemelerin paydaşlar, izleyici ve dinleyiciler nezdinde oluşturduğu etkiyi ölçmek iken; diğer yandan ise var olan yasal boşlukları doldurabilmek için sektör temsilcilerinin beklentilerini ölçmektir. Bu kapsamda bu bölüm Ofcom’un hazırlamış olduğu araştırma sonuçlarına odaklanacaktır.

3.6.1. 18 Yaş Altı Çocukların Korunması: Televizyon ve Müzik Videolarında Saat Dilimi Gözlemi

On sekiz yaşın altındaki çocukların korunmasını sağlamak için yasal bir yükümlülük taşıyan Ofcom, yukarıda da yer alan Yayıncılık Yönetmeliğinin Birinci Bölümünde sakıncalı saat dilimi (watershed) uygulamasına ilişkin yayıncıların uyması gereken kuralları açıkça belirtmektedir. Sakıncalı saat diliminin hemen öncesi ve sonrasındaki yayın içerikleri Birleşik Krallık yayıncılık otoritesi tarafından en çok üzerinde durulan hususlardan biridir. Ofcom, özellikle son yıllarda çeşitli araçlarla görsel-işitsel materyallere erişmenin kolaylaştığını göz önüne alarak saat dilimi uygulamasının önemini vurgulamaktadır. Ofcom, çocuklar için uygun olmayan veya sakıncalı saat dilimi öncesi kabul edilebilirlik sınırlarını zorlayan materyalleri içeren bazı yüksek profilli vakaları araştırmıştır. Sakıncalı saat dilimi uygulamasına ilişkin televizyon yayıncılarının bu kapsamdaki ilgili kurallara uymalarına yardımcı olmak için Ofcom araştırma bulgularını yayıncılarla ve kamuoyuyla paylaşmıştır.

Ofcom 2003 yılında kurulduğundan beri, ebeveynlerin çocukların izleme alışkanlıklarıyla ilgili endişe düzeylerine dair çeşitli araştırmalar yürütmektedir. Ayrıca, ebeveynlerin sakıncalı saat dilimi hakkındaki görüşlerine ve çocukların korunmasında kimin sorumlu olduğu hakkındaki konulara dair de ebeveyn görüşlerine başvurulmaktadır. Mevcut araştırma, ebeveynlerin çocukları korumak için televizyonda uygulanan sakıncalı saat dilimi uygulamasına büyük önem ve değer verdiğini göstermektedir

Ebeveynlerin ve 12-17 yaş arası gençlerin sakıncalı saat dilimi ve müzik video klipleri hakkındaki endişelerine dair yapılan araştırmaya 1054 ebeveyn ve 768 genç katılmıştır. Araştırma çıktıları şu şekildedir:

Ankete katılan tüm ebeveynlerin üçte biri (yüzde 33), çocuklarının önceki 12 ayda saat 21:00'dan önce televizyonda gördükleriyle ilgili bir miktar endişe duyduğunu ifade etmiştir. Ankete katılan tüm ebeveynler arasında en sık dile getirilen endişeler sırasıyla şiddet (yüzde 20), müstehcen içerik (yüzde 17) ve saldırgan dil (yüzde 17) olurken; en çok endişelendiren program türlerini ise sırasıyla diziler (yüzde 14) ve filmler (yüzde 14); bunları realite programları (yüzde 12) ve müzik videoları (yüzde 11) takip etmiştir. Öte yandan müzik videoları ile ilgili olarak, ankete katılan tüm ebeveynlerin ana endişeleri,

sırasıyla, müstehcen içerik (%6) ve açıkça sergilenen cinsel performanslar (%6), saldırgan dil (%5), çıplaklık/çıplak vücut ögesi (%5) ve genel olarak uygun olmayan cinsel içerik (%4)tir.

Ankete katılan gençlerin sonuçları ise şu şekildedir: Gençlerin dörtte birinden biraz daha azı (%23), önceki 12 ay içinde sakıncalı saat diliminden önce televizyonda kendilerini rahatsız eden bir şey gördüklerini veya bunları saldırgan bulduklarını söylemiştir. Araştırma sonucuna göre gençler arasında ölçülen en önemli beş endişe konusu sırasıyla şunlardır: müstehcen içerik (%7), saldırgan dil (%4), şiddet (%4), çıplaklık / çıplak vücut ögesi (%2), haberler (%1) ve öldürülen/kötü muamele gören hayvanlar (%1). Ankete katılan gençlere göre en çok endişeye neden olan program türleri ise film (%7), diziler (%6) ve realite programlar (%5), müzik videoları (%4), dramalar (%4), belgeseller (%3) ve haberler (%2) olarak belirtilmiştir.

Ebeveyn ve 18 yaş altı gençlerle yapılan Ofcom araştırması sakıncalı saat dilimine ilişkin duyulan endişeleri ortaya koymaktadır. Eldeki bulguları bir nevi rehberlik işleviyle yayıncılarla paylaşan Ofcom sakıncalı saat dilimi uygulamasına ilişkin yayıncılardan gerekli hassasiyeti ve önemi göstermeleri gerektiğini belirtmektedir.

3.6.2. Araştırma Sonuçları: Çocuklar ve Ebeveynler (Medya Kullanımı ve Tutumları-2019)

Her yıl yapılan Medya Kullanımı ve Tutumları Ofcom'un hazırlamış olduğu en önemli çalışmalardan biri olarak kabul edilmektedir. Akademisyenler, karar vericiler ve kamu için çocuk medya deneyimlerinin kapsamlı bir araştırmasına dayanan rapor, Birleşik Krallık'taki yetişkinlerin ve çocukların çevrimiçi becerilerini, bilgisini ve anlayışını geliştirmeye yardımcı olmayı amaçlayan Medyayı Anlamlandırma (Making Sense of Media) projesiyle birlikte çocuklara dair en önemli araştırmalardan birisidir. Çocuklar ve ebeveynlerin medya okuryazarlığına ilişkin deneyimlerden hem faydalanan hem de bu deneyime katkı sunan rapor, medya okuryazarlığı konusunda uzman olan kuruluşların ve bireylerin fikirlerini paylaşmayı ve faaliyetlerini desteklemeyi esas tutmaktadır.

Söz konusu rapor, 5-15 yaş arası çocuklar ve gençler arasındaki medya kullanımı, tutumları ve anlayışının yanı sıra 3-4 yaş arası küçük çocukların medya erişimi ve kullanımı hakkında birtakım veriler sunmaktadır. Ayrıca rapor ebeveynlerin, çocuklarının

medya kullanımı ve alışkanlıkları hakkındaki görüşlerine ilişkin bulguları da içermektedir.

Rapor, on yaşındaki çocukların yarısı artık kendi akıllı telefonlarına sahip durumda olduğunu, dokuz ila on yaş arasında akıllı telefonlara sahip olma oranının iki katına çıktığını belirtmektedir. Akıllı telefona sahip olmak, henüz ortaokul çağındaki çocukların dijital bağımlılığa kapılmalarında en büyük etkenlerden biri olarak raporda sunulmaktadır. Ayrıca, ilgili rapor çok daha fazla çocuğun artık canlı yayın televizyon izlemek yerine isteğe bağlı medya hizmetlerini izlemeyi tercih ettiğini göstermektedir. İsteğe bağlı medya hizmetlerinin görüntülenmesinin son beş yılda iki katına çıktığını vurgulayan rapora göre her dört çocukta biri canlı televizyon yayınına hiç izlemiyor.

Çocukların çevrimiçi etkinliklere katılımı ve popüler platformlara yönelimi raporda dikkat çekmektedir. YouTube, çocuklar arasında açık ara favori uygulama iken; 5 ila 15 yaş arasındaki çocukların, Netflix gibi isteğe bağlı yayıncılık veya BBC ve ITV dâhil olmak üzere TV kanalları gibi medya hizmetleri yerine YouTube'u tercih ettikleri gözlemlenmektedir. Bununla birlikte, çocukların sosyal medya kullanımı çeşitlenmektedir. Özellikle Facebook bünyesindeki WhatsApp çocuklar arasında büyük popülerlik kazanmaktadır. Instagram, Snapchat ve Facebook çocukların en çok kullandığı sosyal medya platformlarını oluşturmaktadır. Tik Tok ve Twitch gibi görece yeni platformların çocuklar arasında büyük popülerlik kazandığı da raporda belirtilmektedir. Yüksek aboneye sahip YouTube fenomenleri çocuklar nezdinde popüler olmaya devam ederken, çocuklar artık kendi bölgelerinde genellikle yerel olan veya 'mikro' veya 'nano' etkileyiciler (influencer) olarak bilinen belirli bir ortak ilgiye sahip olan kişilere daha fazla yönelmektedir.

Dijital etkileşimle birlikte çocukların eleştirel farkındalığı da artmıştır. BBC'nin nasıl finanse edildiğinden arama motorlarının (Google gibi) nasıl çalıştığına dair birçok konuyu anlama isteği gözlemlenmektedir. Ayrıca belirli etkinlikleri desteklemek için sosyal medyayı kullanan çocukların oranında bir artış görülmekte ve on kişiden birinin bir tür çevrimiçi dilekçe imzalayarak sosyal aktivist rolüne bürünmektedir. Greta etkisi olarak adlandırılan bu akımın Greta Thunberg tarafından çocuklara ilham verdiği belirtilebilir.

Dijital araçlara kolaylıkla erişimle birlikte çocukların eskisine nazaran çok daha fazla çevrimiçi şiddet içeriklerine maruz kaldığı görülmektedir. Yine benzer şekilde dijital ortamlarda çocukların nefret dolu içeriğe ve yaşlarına göre rahatsız edici içeriklere maruz kaldığı araştırma tarafından ortaya konulmaktadır. Yürütülen ankete katılanların yarısı sosyal medya ortamında belirli bir grup insan ve topluluğa dair nefret dolu bir içerikle karşılaştıklarını belirtmişlerdir. Bununla birlikte ebeveynler, çocukların gördükleri içerikten etkilenecek kendilerine zarar verme konusunda da endişe taşımaktadır. 5-15 yaş arası çocuk sahibi ebeveynlerin neredeyse yarısı çocuklarının çevrimiçi ortamda karşılaştığı içerikten ötürü kendilerine zarar verebileceklerinden korktuğunu, bu içeriklerin şiddete teşvik ettiğini belirtmişlerdir. Araştırmada dikkati çeken bir husus da çevrimiçi ortamların çocuklara fayda sağladığına inanan ebeveyn sayısında yıldan yıla görülen düşüştür. Ebeveynler internetle birlikte kolaylıkla erişilen platformların, içeriklerin risklerinin faydalarından daha ağır bastığını düşünmektedirler. Bu düşünceden hareketle ebeveynler çevrimiçi güvenlik tedbirlerini artırdıklarını da ilave etmektedir.

Sonuç olarak, Ofcom tarafından yürütülen araştırmalar göstermektedir ki geleneksel medya ortamlarında çocukların korunması konusu artık boyut değiştirmekte ve çevrimiçi ortamda da çocukların zararlı içerikten korunması için tedbirler alınması gerekmektedir. Nitekim bu kapsamda düzenleyici otorite yeni yasal düzenlemelerle birlikte çocukların medya ortamında korunması alanındaki yetkisini genişletmekte ve internet tabanlı ortamlarda da çocukları korumaya yönelik adımlar atmaktadır.

3.7. Avrupa Birliği Uygulamaları ve Birleşik Krallık

Avrupa Birliği Görsel İşitsel Medya Hizmetleri Düzenleyici Grubu (ERGA) tarafından kapsamlı şekilde hazırlanan “Görsel İşitsel Medya Hizmetlerinde Küçüklerin Korunması: Eğilimler ve Uygulamalar” başlıklı raporda Avrupa Birliği üyesi devletler ile Birleşik Krallık’taki uygulamalara odaklanılmaktadır²⁴⁰. Avrupa Birliği medya hizmet sağlayıcıları tarafından reşit olmayanların korunmasına ilişkin fiili önlemlere yer verilen

²⁴⁰ ERGA, "Protection of Minors in the Audiovisual Media Services: Trends & Practices (ERGA report)", (Erişim Tarihi: 15.04.2019), <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2016/10/ERGA-PoM-Report-2017-wordpress.pdf>

rapor temelinde ilerleyecek olan çalışmanın bu bölümü, Birleşik Krallık'taki uygulamalarla son bulacaktır.

Rapor, çocukların gelişimleri ve genel sağlıkları için uygun olmayan veya potansiyel olarak zararlı sayılabilecek içeriklerden korunması amacıyla görsel-işitsel medya hizmet sağlayıcıları tarafından kullanılan yöntemlere ve araçları ele almaktadır. (Erga, s.3) AB üyesi ülkelerde faaliyet gösteren görsel-işitsel medya hizmet sağlayıcılarının çocukların korunması için hazırlanan uygulamalar ve yöntemler raporda bahsedilmektedir. Türkiye'deki RTÜK'ün muadili olan görsel-işitsel medya alanındaki Avrupa'daki düzenleyici kurumları bir araya getiren ERGA girişimi AB Komisyonuna danışma organı olması ve AB Görsel-İşitsel Medya Hizmeti Direktifinin revize edilmesinde büyük rol oynaması itibarıyla kritik öneme sahip bir kuruluştur. Yeniden düzenlenen AB Direktifinde çocukların korunmasıyla ilgi hükümlerde değişikliğe gidilmiş ve bu değişiklikler uyarınca küçüklerin korunmasına ilişkin kuralların doğrusal (geleneksel medya) ve doğrusal olmayan (isteğe bağlı medya) görsel-işitsel medya hizmet türleri için aynı şekilde uygulanacağını ortaya koymuştur.

Görsel-işitsel medya alanında yaşanan teknolojik gelişmeler bir yarıyla çocukların korunması hususunda büyük boşluklar oluştururken diğer yarıyla ise küçükleri daha iyi korumak için yeni araçlar ve imkânlar sunmaktadır. ERGA, medya şirketleri ve düzenleyici kurumlar arasındaki iş birliği sayesinde teknik araçların verimli ve etkin bir şekilde kullanabileceğini tavsiye etmektedir. Teknik tedbirler çocukları en acil tehditlerden koruyacak kapasitede olmakla beraber, ebeveynlere de çocuklarını dijital çağda daha güvenli yetiştirme imkânı ve araçları sağlayacaktır.

Görsel-işitsel medya hizmetlerinde çocuklar için koruyucu önlemler oluşturulması ve çocukların dijital ortamda savunmasız bırakılmaması Türkiye'de olduğu gibi dünyada da yayıncılık düzenleme alanında başlıca ele alınan gündem maddelerindedir.

3.7.1. Koruyucu Önlemler

Küçüklerin korunmasına yönelik temel düzenleyici tedbirler içerik kaynaklı, zamanlama kaynaklı ve teknik altyapı kaynaklı olmak üzere üç temel başlıkta ele alınmaktadır.

İçerik kaynaklı tedbirler, yayın içeriğinden hareketle oluşturulan yaş derecelendirme etiketleri, içerik etiketleri, içerik kılavuzu gibi uygulamalardır. Söz konusu uygulamalar içeriğin izleyiciler için uygunluğunu veya etki boyutunu belirtmek için kullanılır. Bu amaçla sistem, içeriğin çocukların çeşitli yaş kategorileri için uygunluğunu veya zararlılığını gösteren yaş derecelendirme etiketlerinden oluşmaktadır. Türkiye’de “akıllı işaretler” olarak adlandırılan içeriğin tasnifine ilişkin tedbir AB üyesi ülkelerin büyük çoğunluğunda da uygulanmaktadır. Hollanda ve Finlandiya gibi ülkelerde ise etiketler rehber metin ile izleyicilere sunulmakta ve içeriğin özelliklerine ve niteliklerine dair tanımlayıcı bilgiler ile de desteklenmektedir.

Zamanlama kaynaklı tedbirler, programların zamanlanması ve planlanması yoluyla reşit olmayanların erişim kısıtlamaları uygulamaları Birleşik Krallık’ta watershed olarak adlandırılan sakıncalı saat dilimidir. Bu uygulamalar çocukların potansiyel olarak zararlı veya uygun olmayan içeriğe maruz kalma olasılığını azaltmak için kullanılır. İçeriğin medya hizmet sağlayıcısı tarafından kullanılabileceği saat dilimine ilişkin kuralları ve kısıtlamaları kapsayan sakıncalı saat dilimi ve potansiyel olarak zararlı içeriğin zararsız içeriğin yakınına yerleştirilmesine ilişkin kısıtlama olan yakınlık kurma uygulamaları bu tedbirlerden bazılarıdır.

Teknik tedbirler, kullanıcı ile içerik arasında teknik bir engel oluşturarak reşit olmayanların potansiyel olarak zararlı veya uygunsuz içeriğe maruz kalma olasılığını azaltmak için kullanılan koruma mekânizmalarıdır. En yaygın örnekler ise çeşitli ebeveyn kontrolleri, numaralı PIN sistemi veya kredi kartı kontrolü gibi yaş kanıtı ve onayı gerektiren yaş doğrulama araçlarıdır. Çocukların içeriğe erişimi teknik mekânizma ile kısıtlayan bu önlemler, kullanıcıların gönüllü kullanımları için mevcut olabilir veya zorunlu olabilir. Çocuklarının uygunsuz veya zararlı içeriği görüntülemesini önlemek isteyen ebeveynlerin aldıkları önlemler, tüm kullanıcılar tarafından doldurulması gereken bir yaş doğrulama formu gibi araçlar bu kullanımlara örnek olarak gösterilebilir.

3.7.2. Yayıncılık Faaliyetindeki Tedbirler

Geleneksel medya olarak adlandırılan yayıncılık faaliyetinde temel koruyucu tedbirler yukarıda da zikredildiği gibi sakıncalı saat dilimi ve içerik bilgisine ilişkin etiketlemedir ve AB üyesi devletlerin hemen hemen tamamı tarafından küçüklerin korunması amacıyla kullanılmaktadır. Bununla birlikte uygulanan tedbirlerin bazıları yasal

düzenlemelerden kaynaklı ortaya çıkarken bazıları ise yayıncıların kendi inisiyatifiyle uygulamaya koyduğu önlemlerdir. Danimarka ve Çekya zorunlu etiketleme sistemine sahip olmayan üye devletler iken diğer devletler etiketleme sistemini zorunlu tutmaktadır. Hollanda, Finlandiya, Almanya, İtalya ve İspanya gibi ülkeler düzenleyici otoriteler ve sektördeki aktörler tarafından ortak düzenleme ile meseleyi ele alırken; Hırvatistan, Fransa, Macaristan, Slovakya, Norveç, ve Birleşik Krallık ise düzenleyici otoriteler aracılığıyla, doğrudan yasal düzenlemeler ile çocukların korunması için zorunlu etiketleme sistemini ve sakıncalı saat dilimini uygulamaya sokmuştur.

AB üyesi devletlerinin çoğunda reşit olmayanların korunması hususu, yasal düzenleme ile uygulanmaktadır. Elbette bazı farklılıklar olsa da bu modelin ortak özelliği, ulusal mevzuatın bir parçası olan kurallara veya ulusal düzenleyici otoriteler tarafından yayınlanan bazı düzenleyici kanunlara dayanmasıdır. Bu kurallar, diğerlerinin yanı sıra, yayıncıların içeriği belirli bir yaş kategorisine atamak ve buna göre etiketlemek zorunda oldukları kriterleri belirler.

3.7.3. Birleşik Krallık'ta Yayın İçeriği Uyarı Sistemi ve Bazı Örnek Uygulamalar

Ofcom Yayıncılık Yönetmeliği, yayıncının lisansının koşulunu, ilgili kurallara uymak olarak belirler ve bu kuralları ihlal ettiği tespit edilen herhangi bir yayıncıya yaptırımlar uygulanır. Yönetmelik ayrıca, Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifinde televizyonla ilgili bir dizi asgari yükümlülüğü de yürürlüğe koymaktadır. Bu kurallara uymak için yayıncılar, içeriklerinin saat 21:00'dan önce-sonra ve sakıncalı saat dilimine giren saatlerde gösterilmesinin uygun olup olmadığını değerlendirirler. Ayrıca bir programın özellikle güçlü bir içeriği varsa, Yönetmelikteki kurallar uyarınca, yayıncının izleyici kitlesini bu konuda uyarmak için programdan önce bir uyarı veya duyuru yapma zorunluluğu bulunmaktadır. Örnek uyarı metni şu şekildedir: “Aşağıdaki program küfürlü ve kaba bir dil içerir.” Bu nedenle, Birleşik Krallık yayıncılarının yasal olarak programlarının yaş uygunluğunu göz önünde bulundurmaları ve ilgili içeriği buna göre etiketlemeleri gerekmektedir; ancak bir yaş derecelendirmesi üretmek için özel bir yasal yükümlülükleri yoktur. Zira yaş derecelendirmelerini gözetten yayın kodları İngiliz Film Tasnif Kurulu tarafından belirlenmektedir.

Yayıncılar, zorunluluğu olmamakla birlikte, genellikle kendi programlarının yazılı açıklamalarını kendi Elektronik Program Rehberlerinde veya içerik toplayıcıları tarafından yönetilenler tarafından erişilebilecek olan ilgili sınıflandırma bilgilerini veya kılavuzlarını yayınlarlar. Tüm içerik genellikle yayıncı tarafından dâhili olarak sınıflandırılır, ancak film içeriği genellikle sinemalarda kullanılmak üzere saptanan İngiliz Film Tasnif Kurulu (BBFC) derecelendirmesini yansıtır. Birleşik Krallık yayıncılarının çoğu, doğrusal içeriğinin sınıflandırmalarını isteğe bağlı medya hizmetlerini sınıflandırmak için bir temel olarak kullanmaktadır. Bunun bir örneği; Aile (Sky Family), Haber (Sky News), Spor (Sky Sport), Eğlence (Sky Entertainment) ve Film (Sky Movie) programları da dâhil olmak üzere bir dizi kanal ve tür sağlayan kamu hizmeti yayıncısı olmayıp ticari bir yayıncı olan Sky'dır.

Doğrusal içeriği için (geleneksel televizyon yayını) Sky, izleyici tarafından görülmeyen, ancak her programın uygun bir zamanda planlanmasını sağlamak için dâhili bölümler adına bir rehber görevi gören “günün saati” derecelendirmelerini kullanır. Günün saati derecelendirmeleri şunlardır: her zaman güvenli (SAT: Safe at Any Time); okul tatilleri dışında gündüz planlaması (SDNSH: Scheduled Daytime Not School Holidays), Saat 18:00, 19:00, 20:00; 21:00, 22:00, 23:00 gibi saat dilimleri. (6pm, 7 pm, 8pm...). Sky, isteğe bağlı medya hizmetindeki yaş etiketlemesini, içerik bilgilerini ve uyarıları bilgilendirmek için aynı sınıflandırmaları kullanmaktadır.

Sky, ekrandaki doğrusal içerikle ilgili uyarıları yasal çerçevenin gerektirdiği gibi kullanır ve ayrıca bunu yapması zorunlu olmasa da Sky Elektronik Program Rehberi'nde de sağlar. Hem derecelendirme hem de uyarı ayrıntılarında yer alan ve başvuru kategoriler şunlardır: çıplaklık ve cinsel içerik, şiddet, korku, küfür ve kaba dil, uyuşturucu kullanımı ve taklit edilebilir davranış. Sky, içerik sınıflandırmalarını ve reşit olmayan küçüklerin korunmasını denetleyen ve uzun süredir devam eden köklü bir editoryal uyum departmanına sahiptir. Uyum uzman ekibi tüm Sky Eğlence içeriğini görüntüler; uygun zaman derecelendirmeleri ve uyarılarla içeriği etiketler; yasal ya da izleyici endişelerini arttırabilecek içerikleri hangi platformda gösterildiğine bakılmaksızın işaretler. Gerekliğinde Sky, programın yayınlanması amaçlanan günün saatine daha uygun hale getirmek için içeriğin düzenlenmiş versiyonlarını oluşturur. Sky, küçüklerin korunması konusundaki tedbirleri ve ilgili kılavuzu altı ayda bir gözden geçirir.

ITV, doğrusal kanallarına ek olarak, içeriğini hem doğrudan hem de isteğe bağlı medya hizmeti üzerinden çok sayıda platform aracılığıyla talep üzerine sunan bir İngiliz kamu hizmeti yayıncısıdır. ITV, doğrusal televizyon için sakıncalı saat dilimini ifade eden 21:00'a göre uyarılar barındıran programlar uygulamaktadır. ITV, yüksek düzeyde koruma sağlamak için özel bir uyum ekibine sahiptir ve her programdaki içeriği doğru bir şekilde etiketleyebilmek için kendi etiketleme kriterlerini geliştirmiştir. ITV, sektörde yaygın olarak kullanılan en iyi uygulamaları yansıtan standart bir uyarı listesi kullanır. Tipik olarak kullanılan içerik kategorileri şunları içerir: küfürlü ve kaba dil, cinsel nitelikli sahneler, flaş ışığı / yanıp sönen görüntü, yetişkin mizahı ve şiddet. ITV'nin editoryal politikaları ve ilkeleri, içeriğin televizyonda veya çevrimiçi olarak iletilip iletilmediğine bakılmaksızın her durumda aynıdır. ITV ayrıca kendi web sitesinde veya Elektronik Program Rehberindeki programlar için de açıklayıcı bir kılavuz bulundurur. ITV, etiketleme sistemini doğrusal ve isteğe bağlı yayın üzerinde kullanır. Böylece bu sistem, her programa özgü rehberlik kullanımına imkân tanır. Yayıncı, bunun Birleşik Krallık'ın kültürel standartlarını ve normlarını, Ofcom'un kanuni gerekliliklerini ve sektörün en iyi uygulamalarını yansıttığına inanırken ve aynı zamanda kendi sağduyularını kullanmak için bir miktar esneklik sağlarken, izleyicileri için de uygun ve gerçekçi bir değer rehberliği sağlayabilir.

Kanal 4 (Channel 4) ise aynı zamanda TV izleme, arşivleme ve çevrimiçi özel içerik sunan bir Birleşik Krallık kamu hizmeti televizyon yayıncısıdır. Hizmetleri esas olarak yetişkinlere yöneliktir; ancak aynı zamanda çocuklar tarafından da kullanılmaktadır ve kültürel olarak farklı ve zengin bir toplumun zevklerine ve çıkarlarına hitap eden yenilikçi, deneysel ve yaratıcı içerik sunma görevini yerine getirir. Tüm platformlarda gösterilen içeriğin ilgili yasal ve düzenleyici yükümlülüklerine uygunluğunu sağlamakla sorumlu özel bir yasal ve uyumluluk ekibine sahiptir. Doğrusal hizmeti ile ilgili olarak, tüm içerik Ofcom Yayıncılık Yönetmeliği kapsamındaki düzenleyici yükümlülüklerle uygun olarak derlenmiştir. Bireysel programları dil, cinsiyet, şiddet, uyuşturucu kullanımı, çıplaklık ve yanıp sönen görüntüler gibi sınıflandırmalara göre ayırıp değerlendirirler. Bu bilgiler sınıflandırıldıktan sonra, bir program yayınlanmadan önce, yasal çerçevede gerektiği gibi, yayında kullanılır ve bu bilgiler Kanal 4'ün 'All 4' isteğe bağlı medya hizmetinde ve Kanal 4 içeriğine sahip herhangi bir Elektronik Program Rehberinde gösterilir. İçeriğe eklenen bilgiler olduğunda, Kanal 4

ekibi, içeriği 16 yaşındakiler için (doğrusal yayında saat 21:00 olarak planlanmıştır) veya 18 yaşındakiler için (doğrusal yayında saat 22:00 sonrası olarak planlanmıştır) için uygunluğuna göre kategorize etmektedir.

Birleşik Krallık'ta, isteğe bağlı medya hizmetleri içeriği için gerekli yaş derecelendirmesi veya sınıflandırma sistemi olmamasına rağmen, ilgili yayıncıların çoğu, doğrusal içeriklerinde (televizyon yayını) olduğu gibi isteğe bağlı medya hizmetleri içeriğinde de aynı sınıflandırmaları uygular.

BBC, geniş bir yelpazede yetişkinler, çocuklar ve genel izleyici kitleleri için işitsel, görsel - işitsel ve metin içeriği sağlayan Birleşik Krallık kamu hizmeti yayıncısıdır. BBC isteğe bağlı medya hizmeti 'BBC iPlayer' üzerinde ve öncelikle tüm içeriğinde 'G for Guidance' (rehber) etiketini kullanır. Bu kılavuz, web kullanıcılarının kendileri ve çocukları için hangi içeriğin uygun olduğu konusunda bilinçli kararlar vermelerini sağlayarak, sakıncalı saat dilimi uygulaması ile aynı hedefe ulaşmayı amaçlayan çevrimiçi eşdeğer kural olarak tasarlanmıştır.

'G for Guidance' etiketi BBC tarafından diğer Birleşik Krallık yayıncılarıyla ortaklaşa geliştirilmiştir. BBC, bu çapraz yayıncı yaklaşımı ve sakıncalı saat dilimi uygulamasına denkliği nedeniyle 'G for Guidance' işaret sisteminin, ulusal izleyicinin tamamı için iyi kurulmuş, anlaşılabilir ve aktarılabilir kriterler sağladığını belirtmektedir. 'G for Guidance' işaretine genellikle özel program açıklamaları ve uyarıları eşlik eder. Bunlar şiddet, uyuşturucu bağımlılığı, kaba ve küfürli dil ve cinsel içerik dâhil olmak üzere tüm kategorileri kapsar ve bu kategorilere eşdeğer bilgiler bir yayından önce seslendirme biçiminde sağlanabilir. BBC, bu bilgilerin ötesinde belirli yaş sınıflandırmaları sağlamaz.

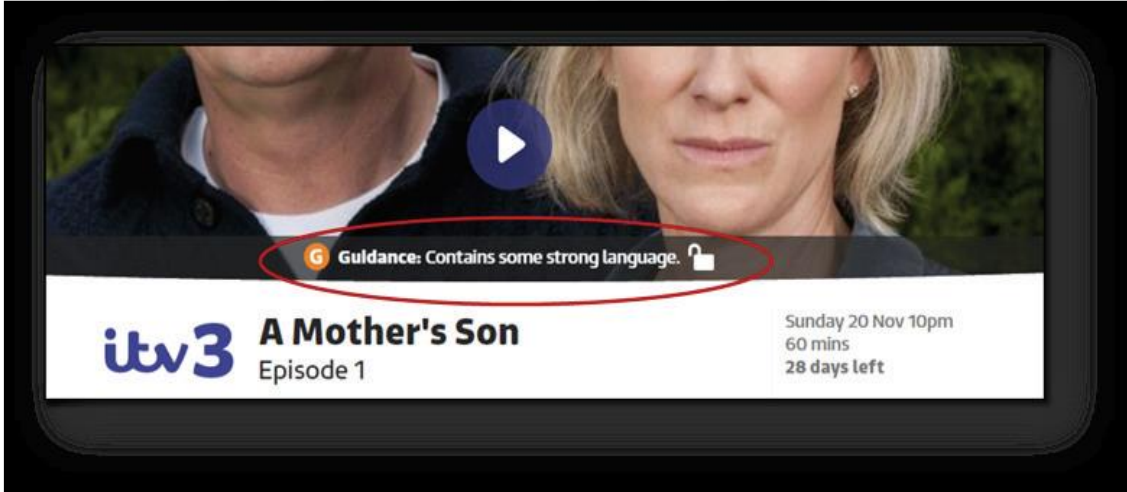
Şekil 3.3: BBC “G for Guidance” (rehber) örneği: “Rehber-cinsel içerik ve şiddet içerir.”



Kaynak: BBC İnternet Sitesi

Yukarıdaki bölümde de belirtildiği gibi, ITV aynı zamanda televizyon kanallarına ek olarak, içeriğini hem doğrudan hem de isteğe bağlı medya hizmeti üzerinden çok sayıda platform aracılığıyla talep üzerine sunan Birleşik Krallık kamu hizmeti yayıncısıdır. Benzer şekilde, isteğe bağlı medya hizmeti ITV Hub da çocukların izlemesinde sakınca bulunan kaba dil, şiddet, cinsel sahneler, çıplaklık, yetişkin mizahı veya diğer materyalleri barındıran içeriği tanımlamak için “G-rating” derecelendirme sistemini kullanır. Ayrıca, bu sistem ışığa duyarlı epilepsili insanlar için endişe verici olabilecek yanıp sönen görüntüler veya ışıklar içeren materyalleri de kapsar. ITV, içeriğin televizyonda veya çevrimiçi olarak iletilip iletilmediğine bakmaksızın, editöryal politikalarının ve ilkelerinin her durumda aynı olduğunu vurgular. ITV ayrıca kendi web sitesinde veya Elektronik Program Rehberindeki programlar için açıklayıcı bir rehber de bulundurmaktadır.

Şekil 3.4: ITV uyarı sistemi örneği: “Rehber: Kaba dil içerir.”

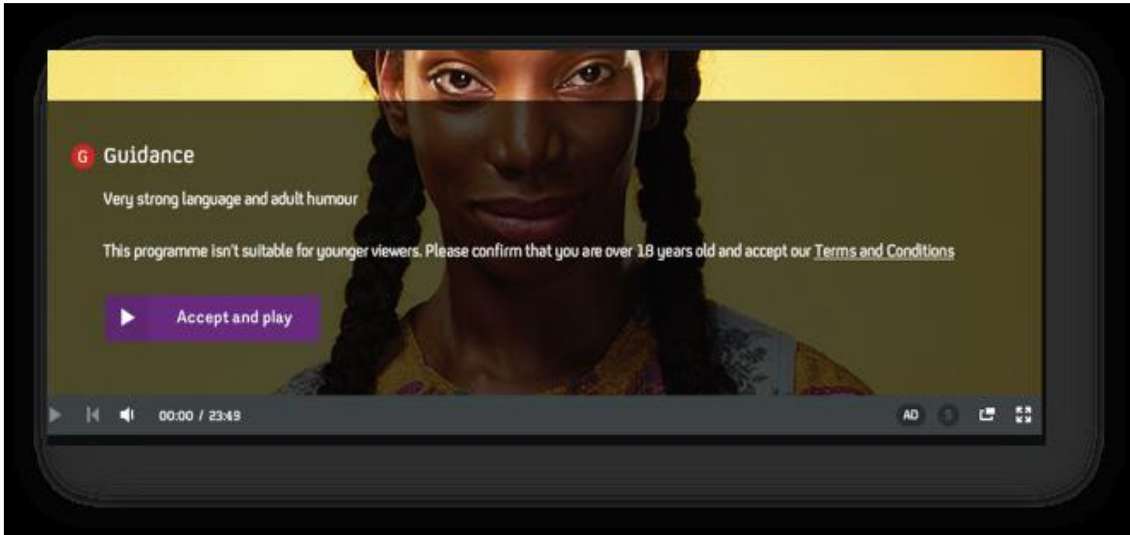


Kaynak: ITV Yayını

Yayıncılık faaliyetlerinin doğrusal yayın bölümünde belirtildiği gibi, Kanal 4 (Channel 4), TV izleme, arşivleme ve çevrimiçi özel içerik sunan bir kamu hizmeti televizyon yayıncısıdır. Kanal 4, izleyicinin daha fazla bilgi isteyebileceği içeriği tanımlamak için ‘G for Guidance’ etiketini kullanır. Bu, yayıncının reşit olmayanların korunması için kullandığı üç temel üzerine kurulu olan daha geniş bir sistemin parçasıdır: Program Bilgileri; Program Rehberliği ve Uyarıları; Uygun Yaş Derecelendirmeleri ve Ebeveyn Kontrolü.

Kanal 4'te uzmanlaşmış bir uyum ekibi, isteğe bağlı medya hizmetindeki içeriği, doğrusal içerik için kullanılanlara benzer şekilde dil, cinsiyet, şiddet, uyuşturucu kullanımı, çıplaklık ve yanıp sönen görüntüler gibi kategorilere göre sınıflandırır. Ayrıca, bu kategorilerin her birinin ciddiyeti hakkında bilgi verirler: Örneğin, “hafif dil/ayrımcı dil ve ameliyatı tasvir eden grafik sahneleri” gibi sahne türleri hakkında ayrıntılı bilgiler. Bu bilgiler Kanal 4’ün ‘All 4’ isimli isteğe bağlı medya hizmetinde ve Kanal 4 içeriğine sahip herhangi bir Elektronik Program Rehberinde de gösterilir. İçerik kendisine eklenen bilgilere sahip olduğunda, Kanal 4 ekibi içeriği her yaş için uygun olarak kategorize eder. Örneğin bu kategoriler, “16 yaşındakiler için doğrusal yayında (tv yayınında) saat 21:00’den sonra yayın planlanır” veya “18 yaşındakiler için doğrusal yayında saat 22:00’den sonra planlanır.” şeklindedir. Bu yaş farklılıkları, isteğe bağlı medya hizmetine erişen kişi tarafından görülemez, ancak ebeveyn kontrolleri ayarlanmışsa, içerik seçilen ayarlara bağlı olarak filtrelenecektir. Etkin bir ebeveyn kontrol sisteminin olması, Kanal 4’ün isteğe bağlı içerik sunma yaklaşımının temelini oluşturmaktadır. Yukarıda belirtilen çocuk koruma önlemlerine ek olarak, “All 4” isteğe bağlı medya hizmeti de şu anda en az 16 yaş gerektiren zorunlu bir kayıt sistemine sahiptir. 18 yaşın altında kayıtlı olan herhangi bir kullanıcı, 18 yaş sınırıyla derecelendirilmiş herhangi bir içeriğe erişemez.

Şekil 3.5: Channel 4 (Kanal 4) uyarı sistemi: “Rehber- Aşırı kaba dil ve yetişkinlere yönelik mizah. Bu program genç izleyiciler için uygun değildir. Lütfen 18 yaş üstü olduğunuzu doğrulayın.”



Kaynak: Channel 4 Yayını

Son olarak Sky ise Aile, Haber, Spor, Eğlence ve Film programları da dâhil olmak üzere tematik kanallar ve türler sunan ticari bir yayıncıdır. Sky ayrıca, yukarıdaki bölümde de yer aldığı gibi, editoryal uyum departmanı tarafından sınıflandırılan içeriğin yayın zamanlamasına dayalı olarak günün saati derecelendirmelerini nasıl kullandıklarını da açıklamaktadır. Sky, isteğe bağlı medya hizmetindeki yaş etiketlerini, içerik bilgilerini ve uyarıları bildirmek için aynı sınıflandırmaları kullanır. Sky, isteğe bağlı film hizmetleri, İngiliz Film Tasnif Kurumu'nun film derecelendirmelerine göre modellenmiş yaş etiketlerini ve gerektiğinde uyarılarını da içerir.

Özetlemek gerekirse; ERGA'nın raporundan hareketle AB ve Birleşik Krallık yayıncılık faaliyetiyle ilgili birtakım sonuçlara ulaşmak mümkündür. Yayıncılar, küçüklerin korunmasına yönelik önlemlerin seçimi söz konusu olduğunda, dış standart çerçevelerden, kanunlardan ziyade kendi kapasitelerine güvenme eğilimindedir. Çocukların korunması da dâhil olmak üzere izleyicilerinin ihtiyaçlarını en iyi şekilde değerlendirebileceklerine dair inanca sahiptirler. Uyum ekibi, editoryal sorumlular bu anlamda sorumluluğu üstlenmektedir. Yayıncılar arasında dijitalleşme ile birlikte, reşit olmayan izleyicilere dair daha yüksek koruma standartlarını hedefleyen gözlemlenebilir bir eğilim vardır.

3.8. BBC Yayın Yönergesi

Çalışmanın buraya kadar olan kısmı düzenleyici otorite olan Ofcom'un mevzuatına, uygulamalarına odaklanırken bu bölümde Birleşik Krallık'ın kamu hizmeti yayıncısı olan BBC'nin çocukların korunmasına ilişkin uymakla sorumlu oldukları kurallara odaklanılacaktır. BBC Yayın İlkeleri Kılavuzu hangi ortamda yayın yaptığı fark etmeksizin bütün BBC içeriklerine dair yayın ilkelerini, editoryal değerleri ve standartları kapsamaktadır.

Dünyanın neresinde olursa olsun yayın içeriğine katkıda bulunan çocukların sesini duyurmayı hedefleyen BBC, çocuklarını refahını öncelediğini belirtmektedir. Bununla birlikte çocuklara uygun olmayan yayın içeriklerini sakıncalı saat dilimi çerçevesinde ele alacağını da taahhüt etmektedir. BBC Yönergesinin 9. Bölümünü oluşturan Katkı Sağlayıcılar Olarak Çocuklar ve Gençler başlığı çocukları iki ana odak noktasında ele alır. Birincisi yayın içeriğine şu veya bu şekilde katkı sağlayan, yayın içeriğinin parçası olan çocuklara dair BBC'nin politikası. İkinci odak noktası ise yayın içeriğinin katılımcısı

veya tüketicisi olsun çocukların fiziksel, ruhsal sağlıklarını onlar için uygun olmayan içeriklerden korumaya dair BBC politikasıdır.

Çocuklar ve gençlerin kendileri için son derece önemli olduğunu vurgulayan BBC, onların katkı sağlayıcı, sunucu, oyuncu, içerik üreticisi gibi rolleriyle BBC ile doğrudan etkileşim içinde olduklarını vurgulamaktadır. Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesini gözetiminde çocukların refahını korumayı amaçlayan BBC bu kapsamda mevcut düzenlemenin dışında Çocukların Korunması Politikasını da benimsediklerini ifade etmektedirler.

BBC Yayın İlkeleri Kılavuzu çocukları 16 yaşın altındaki kişiler olarak tanımlarken; 16 ve 17 yaşındaki bireyleri ise genç olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlamalar BBC'nin kabul ettiği ilkeler olup hukuki tanımlar değildir. Yayınlarında 18 yaşın altındaki kişilerin fiziksel ve ruhsal gelişimi için azami derecede önemi göstereceğini belirten BBC, onların sağlıklarını birincil editoryal yükümlülük olarak kabul etmektedir. Bu yükümlülüğün yerine getirilmesi için çocukların ebeveyn, veli veya vasilerin onayına gerek duyulmamaktadır. Çocukların BBC içeriklerine katkı sağlayıcı olarak yer alacakları yayınlarda; yayın içeriğinin doğasını, çocuklar için uygunluğunu, onların yaş, cinsiyet, olgunluk, kültürel-etnik ve dini özelliklerini, kişisel deneyimlerini ve kapasitelerini hesaba kattığını vurgulayan BBC, bahse konu Ofcom mevzuatını da gözetmektedir. 18 yaş altı katılımcıların yayın içeriklerine dâhil olması, onları gereksiz strese ve endişeye sevk etmeyecek şekilde olmalıdır. BBC çocukların yayına katılımlarına ilişkin çocuk danışmanlarıyla profesyonel olarak çalışmaktadır. Yayın esnasında çocuklarla ilgili risk oluşturacak bir durumun gerçekleşmesine karşılık alınan tedbirler de ilgili yönetmelikte yer almaktadır. Tüm çocukların ve gençlerin zararlı içerik ve istismardan korunma hakkına sahip olduğunu vurgulayan BBC yayın ilkeleri, çocukları korumanın ebeveynler ve ilgili kişi ve kurumlarca yerine getirilmesi ortak bir sorumluluk olduğunu da ilave etmektedir.

3.9. Video Paylaşım Platformlarının Düzenlenmesi ve Denetlenmesi

Ofcom henüz BBC iPlayer seç-izle platformu hariç internet ortamından isteğe bağlı yayıncılık hizmeti sunan kuruluşları lisanslama sürecini başlatmamıştır. Buna yönelik mevzuat hazırlıkları devam etmektedir. Ancak 1 Kasım 2020 tarihinden itibaren Birleşik Krallık'ta yerleşik bulunan video paylaşım platformları kullanıcıları zararlı

videolardan korumak için kurallara uymak zorundadır. 2003 İletişim Kanunu ile Ofcom'a söz konusu video paylaşım platformlarını lisanlama ve denetim altına alma yetkisi verilmiştir. Ofcom bu platformlara yönelik bir rehber hazırlamıştır. Bu rehberde terörizm, çocuk cinsel sömürü içeriği, ırkçılık ve yabancı düşmanlığı (zenofobi) içeren videoların yayınlanamayacağı bildirilmektedir. Ayrıca 18 yaş altı kişilere yönelik "kısıtlı içerik" yayınlanamayacağının altı çizilmiştir. "Kısıtlı içerik (restricted material)" kavramına göre İngiliz Film Tasnif Kurumu'nun R18 sertifikası verdiği seks içerikli videolar, sınıflandırılmamış veya sınıflandırılmayacağı muhtemel içerikler (sadist şiddet veya içkence gibi), ayrıca 18 yaşından küçüklerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimini bozabilecek diğer içerikler. Hükûmet tarafından Ofcom, çevrimiçi güvenlik düzenleyecisi (online safety regulator) olarak atanacağı bildirildiğinden görev alanının daha da genişletileceğini ön görmektedir²⁴¹. Kamu yararına bilgi hakkını korumak, kamu kuruluşlarının şeffaf olmasının yanında bireylerin veri gizliliğini teşvik etmek üzere kurulmuş olan Bilgi Komiserliği (Information Commissioner's Office) bağımsız bir kurumdur. Bu kurum, Çocuklara Yönelik Yönetmelik (Children's Code) adlı bir yönetmelik yayınlamıştır. Bu yönetmelik ile çocukların erişmesi muhtemel uygulamalar, çevrimiçi oyunlar ve internet ile sosyal medya siteleri gibi çevrimiçi hizmetlerde veri koruma uygulama hükümleri yayınlanmıştır. Bu yönetmelikte çocuğun yüksek yararının her hizmet sunumunda esas alınması gerektiğinin altı çizilmiştir. Ofcom'un yayınladığı video paylaşım platformu rehberinde sıkça bu yönetmeliğe atıflarda bulunmaktadır²⁴².

²⁴¹ Ofcom, "Video-sharing platform guidance", (Erişim Tarihi: 28.04.2022), https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0015/226302/vsp-harms-guidance.pdf

²⁴² Bilgi Komiserliği Ofisi (Information Commissioner's Office-ICO), (Erişim Tarihi: 28.04.2022), <https://ico.org.uk/>

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

TÜRKİYE VE İNGİLTERE’NİN DÜZENLEME VE DENETLEME İLKELERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI

Bu bölümde ikinci ve bölümde ele alınan Türkiye ve İngiltere’nin çocuk ve gençlerin radyo, televizyon ve internet yayınlarının olumsuz etkilerinden korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerinin karşılaştırması yapılacaktır. Önceki bölümlerde değinilen bazı hususların daha iyi karşılaştırılabilmesi için bu bölümde detaylı şekilde ele alınması gerektiğinden konulara farklı açılardan yaklaşımlarda bulunulacaktır.

4.1. Karşılaştırma Öncesi Kısa Bilgilendirme

Brexit ile Avrupa Birliği üyesi vasfını kaybetmiş olsa da 2022 yılının ilk çeyreği itibarıyla İngiltere’nin görsel-ışitsel yayın ilkeleri hususunda AB Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Direktifi’ne bazı hususlarda bağlı kalmaya devam ettiği görülmektedir. Bu durum birçok yayın ilkesinde Türkiye ve İngiltere’yi ortak noktalara taşımaktadır. Mevzuatta bazı metinlerin birebir örtüşerek farklılık arz etmediğinden bu bölümde anılmasına gerek görülmemiştir. Bazı ilkeler ise her ne kadar da her iki ülkede aynı olsalar da önemine istinaden yeniden aktarılmıştır.

İngiltere’de bulunan RTÜK benzeri kuruluş Ofcom’un faaliyetlerini yürütürken bağlı kaldığı “Communications Act 2003” adlı kanun ile Ofcom Yayıncılık Yönetmeliği, Türkiye’de RTÜK’ün faaliyetlerini yürütürken esas aldığı 6112 sayılı Kanun ve ilgili Yönetmelik ile karşılaştırıldığında, İngiltere’deki mevzuatın kazuistik olduğu ve bu nedenle Türkiye’den çok daha kapsamlı ve detaylı düzenlemelere yer verildiği görülmektedir. “Communications Act 2003” adlı kanunda Ofcom’un sorumluluklarına yer verilirken çocukların savunmasız oluşlarına vurgu yapılmış ve Ofcom’un onları özel

olarak korumayı amaçladığının altı çizilmiştir²⁴³. Kanunda radyo, televizyon, isteğe bağlı yayın hizmeti ve video paylaşım servis sağlayıcılarının uymaları gereken hususlar ayrı bölümlerde yer almaktadır.

İngiltere, BBC gibi dünyanın ilk kamu yayıncısına ev sahipliği yapmasının yanında BBC'ye bazı hususlarda esneklik sağlamaktadır. Türkiye'de 6112 sayılı Kanun, kamu yayıncısı olan TRT başta olmak üzere devlet üniversiteleri, Meteoroloji ve Polis Radyosu gibi yayıncıların da uyması gereken yayın ilkelerini belirlemiştir. Bu nedenle İngiltere'de sıkça rastlanan kamusal yayıncıların birbirinden farklı uygulamaları belirlemelerinin önüne geçilmiştir.

Üstte anılan nedenle Türkiye ve İngiltere'nin çocuk ve gençlere yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerinin karşılaştırılabilmesi için İngiltere'deki bazı kamu yayıncılarının uygulamalarına da göz atmak gerekmektedir.

İngiltere'de yayıncı kuruluşların çocukların rol alacağı veya katılım sağlayacağı programlar öncesinde medya hizmet sağlayıcı kuruluşların psikologlar ile diyaloga geçmesinden çocukların karşılaşabilecekleri şöhret olma gibi geniş kesimlerce tanınır hale gelme durumlarında ebeveynlerin takınması gereken tutuma kadar rehberlik edebilecek tavsiyeler yayınlanmıştır. Ofcom'un mevzuatında yer almakla birlikte medya hizmet sağlayıcıları da kendi iradeleriyle çocukların korunmasına dair somut adımlar atmaktadır. Özellikle çocukların yayınlara katılımına dair konularda pedagog ve uzmanlarla çalışılmakta, editoryal uyum için de çaba gösterilmektedir. Birleşik Krallık yayıncılık otoritesi ve yayıncılar çocukların korunması hususunu sadece medya tüketicisi çocuklar olarak ele almamaktadır. Aynı zamanda medya katılımcısı ve program katkı sağlayıcısı da olan çocukların programa katılımlarından asgari düzeyde etkilenmesi için tedbirler alınmaktadır. Yönetmelik'te 18 yaşın altındakilerin programlara katılımının düzenlenmesine yönelik hükümler de bulunmaktadır. 18 yaş altı program katılımcılarının fiziksel, ruhsal sağlığı ve diğer katılımcıların onurunu koruması istenmektedir (Yönetmelik, 1.28). Bu talebin katılımcı ve ebeveynlerinin taleplerinden bağımsız olduğu bir diğer deyişle onların talepleri bu yönde olmasa da yerine getirilmesi gerektiğine vurgu yapılmıştır. 18 yaş altı kişilerin programa katılımı ve katılan programın

²⁴³ Communications Act 2003 (2003 Sayılı İletişim Kanunu), Yürürlüğe giriş Tarihi: 25 Temmuz 2003, Madde 3, 4 (g).

yayınlanmasının bu katılımcılarda gereksiz endişe ve sıkıntıya yol açmamalıdır (Yönetmelik 1.29). 18 yaş altı program katılımcılarına ve izleyicilerine verilecek ödül ve teşviklerin söz konusu yaş aralığına uygun olması gerekmektedir (Yönetmelik 1.30).

İngiltere’de ilgili Kanun’un ikinci bölümünde “zarar verici ve saldırgan içerik” başlığı altında birtakım hususlar ele alınmıştır. İkinci bölümün yalnızca yetişkinlere yönelik hükümleri değil aynı zamanda birinci bölümle bağlantılı olarak 18 yaş altı çocuk ve gençlerin korunmasına yönelik hususları içerdiği belirtilmiştir. Suça neden olabilecek materyal (içerik) bağlama bakılarak gerekçelendirilmesi talep edilmektedir. Bu tür içerikler arasında şiddet, saldırgan dil kullanımı, seks, cinsel şiddet, aşağılama, insan onurunu zedeleme, ırkçılık-ayrımcılık gibi suç teşkil eden durumların olduğu ve suç unsuru taşıyan materyallerin bunlarla sınırlı olmadığı belirtilmiştir. Doğru bilgilerin de suç unsuru taşıyan içerikle aynı yayında verilmesinin suçtan kaçınmaya veya suçun en aza indirilmesine yardımcı olacağı açıklanmıştır.

Ofcom mevzuatın yayıncılar tarafından anlaşılabilmesi için bütün hükümleri detaylandıran bir rehber hazırlamakta ve gerekli yerlerde örneklerle hükümleri somutlaştırmaktadır.

Ofcom düzenleyici ve denetleyici otorite olmasının yanı sıra sektöre yön veren araştırma ve raporlara da imza atmaktadır. Ebeveyn araştırmaları, çocukların medya tüketimine dair deneyimleri bu araştırmaların başlıcalarıdır.

4.2. Korunması Gereken Yaş Gruplarına Göre Karşılaştırma

Ofcom ile RTÜK uygulamalarına bakıldığı zaman her iki kuruluş da çocukları çalışmalarında öncelese de bulundukları ülkenin kültürel değerlerinden etkilenmekte ve gösterilen hassasiyetler farklılaşmaktadır. Örnekleme gerekirse, saat 21:00 sonrasında cinsel içerik Birleşik Krallık yayınlarında yer alabilmektedir. Ofcom, saat 21:00 sonrasında taşıdığı yükümlülüğü ebeveynlerle paylaşmakta ve yayıncılara büyük bir alan açmaktadır. Bu saatten sonra yayıncıların gün içine göre yayınları tamamen farklılaşmakta ve özgür bir yayın politikası uygulamaktadır.

İngiltere’de yayın içeriklerinden korunması gereken yaş grubu 18 yaş altı kişiler olarak belirlenmiştir²⁴⁴. Kanun’da 16 yaş altı kişiler çocuk olarak tanımlanmışken

²⁴⁴ Communications Act 2003, md. 319-2(a).

korunması gereken gençler yalnızca 16 ve 17 yaş grupları olmuştur. +18 olarak ifade edilen kısım genel izleyici kitlesini oluşturmaktadır.

Türkiye’de “Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik”te tanımlar kısmında çocuk “Henüz 18 yaşını doldurmamış kişi” olarak ifade edilmiştir (Madde 4, 1. Fıkra (ii) bendi). RTÜK tarafından akıllı işaretler sınıflandırmalarında ise 7 yaş ve üzeri (7+), 13 yaş ve üzeri (13+), 18 yaş ve üzeri (18+) şeklinde ayrıma gidilmiştir.

4.3. Ticari İletişim İlkelerinin Karşılaştırılması

Türkiye ve İngiltere’de yürürlükteki mevzuat incelendiğinde ticari iletişimin 4 kısma ayrıldığı görülmektedir: 1-) reklam, 2-) program destekleme (sponsorluk), 3-) ürün yerleştirme ve 4-) tele-alışveriş.

Birleşik Krallık’ta pazarlama ve reklamların düzenlediği kanunlardaki hükümlerin bir araya getirildiği reklamcılık kuralları bulunmaktadır. Yayıncıların uyması beklenen ve BCAP Code²⁴⁵ olarak adlandırılan yayın reklamcılığına yönelik kurallar Ofcom’un lisansladığı tüm televizyon ve radyo kuruluşlarında yayınlanan reklamlar ile program sponsorluğunu ilgilendirmektedir. BCAP Code içinde genç izleyiciler ve dinleyicilerin korunmasının her zaman bir öncelik olduğu belirtilip çocukları hedef alan veya onların ilgisini çekmesi muhtemel; profesyonel veya amatör olsun çocuklar için özellikleri olan; doğrudan ilgili olmasa bile çocuklara zarar verebilecek olan reklamlara yönelik hükümleri içermektedir²⁴⁶. Ayrıca CAP Code olarak bilinen ve yayıncılık dışı outdoor, afiş gibi reklamların uyması gereken kuralları bir araya getiren hükümlerin denetimini ise Reklam Standartları Kurumu (The Advertising Standards Authority-ASA) üstlenmiştir²⁴⁷. ASA ve Ofcom arasında yakın çalışma ilişkisi bulunmaktadır. Her ne kadar bir yayıncı kuruluş outdoor gibi bir ortamda reklamını yayınlamış olsa da ASA tarafından reklamın CAP Code hükümlerine aykırılığı tespit edilmişse bu ihlal Ofcom’a bildirilmekte ve ihlali yapan yayıncı kuruluşun 2 yıl sürebilecek ön onay iznine tabi olma süreci başlayabilecektir. Ayrıca hem Ofcom hem de ASA yayıncı kuruluşa ayrı ayrı

²⁴⁵ ASA, “The UK Code of Broadcast Advertising (Birleşik Krallık Yayın Reklamcılığı Kuralları)”, (Erişim Tarihi: 20.04.2022), <https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings/advertising-codes/broadcast-code.html>

²⁴⁶ ASA, “The UK Code of Broadcast Advertising (The BCAP CODE)”, (Erişim Tarihi: 20.04.2022), <https://www.asa.org.uk/static/846f25eb-f474-47c1-ab3ff571e3db5910/BCAP-Code-full.pdf>

²⁴⁷ Reklam Standartları Kurumu (The Advertising Standards Authority-ASA), Erişim Tarihi:23.04.2022, <https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings.html>

müeyyide uygulayabilmektedir. İsteğe bağlı program hizmetlerinin sunumuna yönelik ayrı düzenleme yapan Ofcom 1 Eylül 2010 tarihi itibarıyla söz konusu platformlarda reklamların düzenlenmesi ve denetlenmesi için Reklam Standartları Kurumu'nu ortak düzenleyici kurum olarak belirlemiştir²⁴⁸. Benzer durum Türkiye’de RTÜK ve Reklam Kurulu arasında mevcuttur. Yayın ihlali tespit edilen bazı hususlarda RTÜK, Üst Kurul kararını Reklam Kurulu’na iletip ayrıca bir cezai müeyyidenin uygulanmasının yolunu açabilmektedir. RTÜK’ün Reklam Kurulu’nda bir temsilcisi bulunmakta olup kurumlar arası yakın çalışmanın sağlanması mümkün olabilmektedir. Reklam Kurulu, ticari reklamlarda çocukların istismar edilmesinin önüne geçmeye çalışmaktadır²⁴⁹. Hangi sektörden ve mecradan olursa olsun haksız ticari reklamlar ve ticari uygulamaların önüne geçilmeye çalışılmaktadır.

Türkiye’de ve İngiltere’de tütün ürünlerinin ticari iletişimi tamamen yasaklanmıştır. Ayrıca İngiltere’de elektronik sigaranın tanımına yer verilip yasaklandığı belirtilmiştir. Türkiye’de elektronik sigaranın görsel-işitsel medyada ticari iletişimi farklı mevzuatlarda yasaklandığından 6112 sayılı Kanun ve ilgili Yönetmeliklerde açık şekilde yazılmamıştır. Uyuşturucunun ticari iletişiminin yasak olduğuna dair herhangi bir ifade anılan mevzuatta yer almıyor olsa da Türkiye’de uyuşturucu kullanımının yasak olduğu bilindiğinden ticari iletişimi de doğal olarak yasaklanmış durumdadır.

Türkiye’de tüm yaş grupları için alkol, kumar, tütün ürünleri ve uyuşturucunun özendirilmesi yasaklanmıştır. İngiltere’de “Communications Act 2003” adlı kanunda alkol reklamlarına yalnızca isteğe bağlı yayın hizmetlerinde (on-demand services) ve video paylaşım hizmet sağlayıcılarının yayınlarında 18 yaş altını hedeflemeyen veya 18 yaş altı kişileri alkol alırken tasvir edilmemesi gibi bazı durumlarda izin verilmiştir. Alkollü içecek markalarının bir programa sponsor olması²⁵⁰ ya da ürün yerleştirme

²⁴⁸ Bir isteğe bağlı yayın hizmeti sağlayıcısı, hizmete dâhil olan her programın bir kopyasını, programın görüntülenebilirliğinin sona erdiği günden itibaren en az 42 gün boyunca elinde tutmalıdır. Saklanan bir programın bir kopyası, standart ve programın görüntülenmeye hazır hale getirildiği şekliyle görüntülenmesine izin veren bir formatta olmalıdır.

²⁴⁹ 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 61 inci maddesi gereğince, ticari reklamların Reklam Kurulu'na belirlenen ilkelere, genel ahlaka, kamu düzenine, kişilik haklarına uygun, dürüst ve doğru olmaları esastır. Tüketicuyu aldatıcı veya onun tecrübe ve bilgi noksanlıklarını istismar edici, tüketicinin can ve mal güvenliğini tehlikeye düşürücü, şiddet hareketlerini ve suç işlemeyi özendirici, kamu sağlığını bozucu, hastaları, yaşlıları, çocukları ve engellileri istismar edici ticari reklam yapılamaz.

²⁵⁰ C. Act 2003, md. 368G-7.

yapılması da bazı şartlara bağlanmış ve 18 yaş altını amaçlamaması gerektiği belirtilmiştir²⁵¹.

Türkiye'deki ilgili mevzuatta çocuk programı "Çocuklara yönelik hazırlanmış, çocukların zevklerini ve öğrenim alışkanlıklarını oluşturan ve bunlara uygun program türü" olarak belirtilmiştir²⁵². İngiltere'de ise kanunda çocuk programı 16 yaşın altındakilerin izlemesi için üretilen program olarak tanımlanmıştır²⁵³. Türkiye'de, aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen gıdaların çocuk programları esnasında veya bu programlarla ticari iletişimlerine izin verilmemiştir. İngiltere'de ise alkollü içecekler, reçeteye satılan ilaçlar, kumar ürünleri, yağ, tuz veya şeker oranı yüksek gıdalar ile bebek sütünün ve silahlar ile silah malzemelerinin Birleşik Krallık sınırları içinde ürün yerleştirmesine izin verilmediği belirtilmiş ve mevzuatta ilgili yetkili makamlara sorumluluk yüklenmiştir. Çocukların ilgisini çekebilecek video paylaşım platformlarında tanıtımı yapılan yiyecek ve içeceklerin uygun bir şekilde tanıtımının yapılıp yapılmadığını belirlemesi istenmiştir²⁵⁴.

Türkiye ve İngiltere'de ticari iletişimin çocuk ve gençlerin "fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar vermemesi" ilke olarak benimsenmiştir. 6112 sayılı Kanun'un, 9. Maddesinin 6. fıkrası (ç) bendindeki²⁵⁵ ilkelerin tamamı benzer kelimelerle İngiltere'de Communications Act 2003 adlı kanunun 368F. Maddesi 4. fıkrasının (e, f, g, h ve i) bentlerinde yer almaktadır.

Benzer şekilde Türkiye ve İngiltere'de ürün yerleştirmenin çocuk programlarında yapılamayacağı açıkça belirtilmiştir²⁵⁶. İngiltere'de çocuk programları haricindeki programlarda ise alkollü içeceklerin ürün yerleştirmelerinde çocuk ve gençlerin hedeflenmemesi istenmektedir.

²⁵¹ A.g.k., md. 368F-2.

²⁵² Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, RG 02.11.2011, 4. maddesi, 1. Fıkra. (jj) bendi.

²⁵³ A.g.k., md.298A-13

²⁵⁴ A.g.k., md. 368X-2.

²⁵⁵ "Çocukların fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine zarar vermemek, deneyimsizliklerini veya saflıklarının 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".

²⁵⁶ 6112 sayılı Kanun, md. 13-4; C. Act 2003, md. 368H-3 (a).

Çocuk programlarının planlanan süresi 30 dakikadan fazla sürecektir olması hâlinde İngiltere ve Türkiye’de aynı şekilde her 30 dakikada bir kez reklam veya tele-alışveriş ile bölünebileceği hüküm altına alınmıştır. Ayrıca İngiltere’de okul programlarının herhangi bir reklam veya tele-alışverişle bölünmesine izin verilmemektedir²⁵⁷.

4.3.1. İngiltere’deki Kamu Hizmeti Yayıncılarının Ticari İletişim İlkeleri

Kamu hizmeti yayıncılığı İngiltere’de köklü ve güçlü bir geleneğe sahiptir. BBC’nin tüm televizyon kanalları kamu hizmeti yayıncılığı hizmeti yürütürken diğer kamu hizmeti yayıncılarının yalnızca ana kanalları reyting kaygısı gütmekten kamusal yayıncılığı hizmeti yürütmek zorundadır. Bu nedenle BBC’nin kanallarının yanında Channel 3 services, Channel 4, Channel 5 ve S4C logolu kanallar kamu hizmeti yayıncısı statüsündedir²⁵⁸. Ofcom’un faaliyetlerini yürütürken esas aldığı kanun ayrı bölümler hâlinde kamu hizmeti yayıncılarının yapacağı yayınlarda uyması gereken ana çerçeveyi belirlemiş ve bazı hususlarda yayın ilkelerini belirlemeyi onların sorumluluk alanına dâhil etmiştir.

BBC’nin de kuruluşuna ait TRT gibi müstakil kanunu bulunmaktadır. BBC internet sitesinde yayınlanan “İçerik Yönergeleri” adlı bölümde BBC Yayın Grubu’nun²⁵⁹ değerleri ve standartlarına yer verilmektedir. Özdenetimle birlikte kanunun kendilerine sunduğu özerklik içinde yayın ilkelerini belirleyen BBC, çocukları ve gençleri de aktif bir medya tüketicisi dikkate almaktadır. BBC ayrıca çocuklarla ilgili yasalara ve BBC’nin Çocuk Koruma Politikasına bağlılığını bildirmektedir²⁶⁰.

Ofcom’un ticari iletişim yayın ilkelerinden birçoğunu kendi yayın ilkeleri içine yerleştiren BBC, Ofcom’dan farklı olarak, çocukları uygun şekilde denetlenmeyen internet sitelerine yönlendiren reklamları yayınlamayacağını bildirmiştir. Bunun yanında Ofcom ile paralel olarak 18 yaşın altındaki herkesi çocuk olarak sınıflandıran BBC (Ofcom’un 16 ve 17 yaşındakileri genç olarak gördüğüne atıf yapmaktadır), saldırgan ya

²⁵⁷ Ofcom,” Code on the Scheduling of Television Advertising, Rules (Part B), (Erişim Tarihi: 20.04.2022), 11, https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0014/32162/costa.pdf

²⁵⁸ Ofcom,” Public service broadcasting (PSB)”, (Erişim Tarihi: 20.04.2022), <https://www.Ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/public-service-broadcasting>

²⁵⁹ BBC Yayın Grubu’nun 14 tane TV kanalı, 17 tane ulusal radyo, 8 tane Milletler Radyosu, 40 tane de yerel radyosu bulunmaktadır.

²⁶⁰ BBC, “Editorial Guidelines”, (Erişim Tarihi: 21.04.2022), <https://www.bbc.com/editorialguidelines/commercial-services>

da küfürli dil içeren, bir ürünü almadığı için çocuğu aşağılık veya sevimsiz gösteren reklamları da yayınlamayacağını beyan etmektedir²⁶¹.

Çocuklara yönelik yasaklanmış reklam listesinde ise Ofcom'un yasakladıklarından farklı olarak havai fişek, flört, kozmetik cerrahi, reçetesiz ilaç, piyango bileti²⁶² gibi belli yaş grubunun üzerindeki ürünler, çocukların erişemeyeceği yerlerde saklanması yönünde etiket barındıran ürünlerin reklamı yasaklanmıştır.

BBC'de çocuklara yönelik reklamların yayınlanmadan önce Reklam Standartları Koruyucusu tarafından onaylanması gerektiği belirtilip uzunca bir listede onaylanması gereken ürün ve hizmetlere yer verilmiştir. Sponsorluk teklif edilen ürün ve hizmetlerin ise yayınlanmasından önce BBC bünyesinde çalışan kıdemli bir editoryal denetçi tarafından onaylanması gerektiği belirtilip kıdemli editoryal denetçinin BBC Editoryal Yönergelerinin bulunduğu kılavuzdaki ilkelerle karşılaştırması ve çocuk için uygun olup olmadığının denetlenmesini talep etmektedir.

4.4. Korumalı Saatler Dilimlerinin Karşılaştırılması

İngiltere'de yalnızca televizyonlarda geçerli korumalı saat dilimine “Watershed” adı verilmektedir. Türkiye'den farklı olarak korumalı saat dilimleri 21:00-05:30 aralığı dışındaki zaman dilimidir. Ancak Ofcom saat 21:00'den sonra keskin ve ani bir geçişin uygun olmadığını, çocukların gelişimine uygun olmayan hatta zararlı içerikteki yayınların geç saatlerden itibaren yayınlanmasının uygun olacağını bildirmiştir. Radyo yayıncıları için çocuklar için bilhassa dinleme olasılığı yüksek zaman dilimlerinin dikkate alınması istenmiştir. Söz konusu dinleme olasılığı yüksek zamanın ise özellikle kahvaltılık saatleri ile okul koşuşturmalarının olduğu zamanlar ile diğer zamanları içerebileceğine vurgu yapılmıştır. Ofcom, "zorunlu gündüz koruması (mandatory daytime protection)" kavramıyla 05:30-21:00 saat dilimleri arasında, kullanıcılarca kaldırılamayan ve erişimi yalnızca görüntülemeye yetkili kişilerle sınırlayan bir PIN koruma sistemini zorunlu tutmaktadır. Korumalı saatlere uymayan yayınlara müeyyide uygulanması için

²⁶¹ BBC, “Advertising and Sponsorship Guidelines for BBC Commercial Services”, (Erişim Tarihi: 23.04.2022), <https://www.bbc.com/editorialguidelines/commercial-services>

²⁶² Birleşik Krallık'ta 16 yaşından küçük çocuklar piyango bileti satın alamazlar.

çalışmalarını yürüten Ofcom, 2011 yılından itibaren 300’den fazla yayın ihlali tespit etmiş ve müeyyide uygulamıştır²⁶³.

Ofcom yılda iki kez ebeveynlere ve genel kamuoyuna televizyon için belirlediği standartlar hakkında ne düşündüklerini sormakta ve Media Tracker adlı anketinin sonuçlarını yayınlamaktadır. Anket ortalamalarını açıklayan Ofcom, yüzde 93 dolayındaki kişilerin Watershed uygulamasının ne olduğunu anladığını, yüzde 74’ünün ise saat 21:00’ın uygulamanın başlaması için doğru saatler olduğunu belirtmiştir²⁶⁴.

Türkiye’de korumalı saat dilimi olarak Yönetmelik’te tanımlar kısmında çocuk ve gençlerin radyo ve televizyon yayınlarını dinleme veya izleme ihtimali olan 24:00-05:00 saat aralığı dışındaki zaman dilimi olarak belirlenmiştir²⁶⁵. 18 yaş ve üzeri olanlara uygun programların söz konusu saat dilimleri içerisinde yayınlanması gerekir. 13 yaş ve üzeri olan kişilere uygun programlar (13+ sembolü) ise saat 21:30’dan itibaren yayınlanmalıdır. Buna göre çocuk ve gençlerin muhatap olabileceği yayınların çocuk ve gençlerin izleyebilecekleri ya da dinleyebilecekleri göz önünde bulundurularak onların gelişimine zarar vermeyecek şekilde hazırlanması gerektiğini kanun koyucular ön görmüştür.

Türkiye’de RTÜK, Televizyon Yayıncıları Derneği ile bir işbirliğine gitmiş ve okul öncesi ile ilköğretim çağındaki çocuklar için “İyi Uykular Çocuklar” projesini yürürlüğe koymuştur²⁶⁶. Anne babaların çocuklarını erken yatırmasını teşvik eden uygulama için çizgi animasyon karakteri tüm ulusal televizyonlarda gösterilmektedir. Saat 21:30’dan itibaren gösterilen üç farklı animasyon ile “Haydi Çocuklar Uykuya”, “İyi Uykular Çocuklar” ve “Bugünlük Televizyon Yeter, Bütün Çocuklara İyi Uykular” mesajları çocuklara verilmektedir²⁶⁷.

²⁶³ Ofcom, “What is the watershed?”, (Erişim Tarihi: 23.04.2022), <https://www.Ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/advice-for-consumers/television/what-is-the-watershed>

²⁶⁴ Ag.k.

²⁶⁵ Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, RG 02.11.2011, 4. maddesi, 1. Fıkra, (o) bendi.

²⁶⁶ Proje kapsamında, üç canlandırmanın yanı sıra, uykunun çocuklar için önemini anlatan dört spot film hazırlanmıştır. Spot filmlerde, Milli Eğitim Bakanı Sayın Nimet Çubukçu ile Hacette Üniversitesi Çocuk ve Ergen Ruh Sağlığı Bölümü Öğretim Görevlisi Sayın Prof. Dr. Ferhunde Öktem anne ve babalara; Tiyatro Sanatçısı Sayın Metin Akpınar ile Eski Milli Basketbolcu Sayın İbrahim Kutluay ise çocuklara yönelik mesajlar vermişlerdir. Kaynak: RTÜK.

²⁶⁷ RTÜK, “İyi Uykular Çocuklar”, (Erişim Tarihi: 23.04.2022), <https://www.rtuk.gov.tr/iyi-uykular-cocuklar/227>

4.5. Koruma Sembollerinin Karşılaştırılması

İngiltere'de Ofcom yasal düzenlemelerden ne anlaşılması gerektiğini açıklayan bir rehber yayınlamıştır. Medya hizmet sağlayıcılardan 15 yaş altı çocuklar için uygun olmayan içeriklerden çocukların "uygun zamanlama" ile korunması istenmiştir. Yasal metinlerde geçen "uygun zamanlama" kavramının açıklandığı rehberde hedef izleyici kitle, yayınlanacak programın doğası, okul zamanı, tatil günleri ve hafta sonlarının dikkate alınarak izleyiciler arasındaki olası çocuk sayısı ile yaş aralığının, programın başlangıç ve bitiş saatlerinin dikkate alınarak planlanması talep edilmiştir.

Ofcom, İngiliz Film Tasnif Kurumu'nun (BBFC)²⁶⁸ sınıflandırmayı reddettiği hiçbir filmin yayınlanamayacağını belirtmektedir. BBFC, yüz yılı aşkın bir geçmişe sahip olan hükûmet dışı, kar amacı gütmeyen ve ortak düzenleyici bir kuruluş olarak bazı yasal düzenlemeleri temel alarak çalışmalarını yürütmekte ve DVD, Blu-ray ya da internetten indirilebilen veya izlenebilen filmlerin sınıflandırmalarını yapmaktadır. Film ve video izleyecek çocukların, gençlerin ve ailelerin doğru olanı seçebilmeleri konusunda onlara yardımcı olmayı amaçlayan bu kuruluş, her 4-5 yılda bir, kendi sınıflandırma yönergelerinin güncellemesi için Birleşik Krallık genelinde 10 binden fazla kişiyle ne istediğini ve beklediğini yansıtmasını sağlayacak görüşmeler yürüttüklerini bildirmektedir. Ofcom'un medya hizmet sağlayıcı kuruluşların yayınlacakları filmlerin belirlenmesi için referans aldığı bu kurumun da izleyicilerin yaş kitlelerine göre sınıflandırma sistemi bulunmaktadır. Bu sınıflandırma sisteminde aşağıdaki semboller kullanılmaktadır:

Şekil 4.1: Britanya Film Sınıflandırma Kurulu'nun Sınıflandırma Sembolleri



Kaynak: İngiliz Film Tasnif Kurumu internet sitesi (<https://www.bbfc.co.uk/>)

²⁶⁸ 1912 yılında kurulan ve merkezi Londra'da bulunan İngiliz Film Tasnif Kurumu (British Board of Film Classification-BBFC) film ve video oyunlarını yaş kitlesine göre sınıflandırmak amacıyla kurulmuş bir sivil toplum kuruluşudur. Kuruluş odak noktası olarak, çocuklara ve ailelere, kendileri için doğru olanı seçmelerine ve olmayanlardan kaçınmalarına yardımcı olmak için ihtiyaç duydukları rehberliği sağlayarak iyi bir seçim yapmalarına yardımcı olma misyonunu benimsemiştir. (Erişim Tarihi: 25.04.2022), <https://www.bbfc.co.uk/about-us>

U harfiyle ifade edilen sembol “Genel (universal-suitable for all)” şeklinde açıklansa da 4 yaş ve üzeri izleyicilerin izleyebileceği film ve videoları kapsamaktadır. PG harfleriyle ifade edilen sembol “Ebeveyn Rehberliği (Parental Guidance)” olarak kodlanmakta 8 yaş ve üzeri çocuklar için uygun olup daha küçük yaşlardaki çocuklar için daha hassas unsurlar barındırabilmekte olduğunu açıklamak için kullanılır. 12A ve 12 sembolleri 12 yaşa gönderme yapmaktadır. 12A sinema için, 12 kategorisi ise video yayınları için sınıflandırma sağlar. Her iki sembola sahip film ve videolar 12 yaş altındakilerin izlemesi için önerilmeyen içerikler barındırmaktadır. 12 yaşından küçükler 12A sembolüne sahip bir filmi yanlarında bir yetişkin bulunmadıkça sinemada izleyemez. 12 sembolüne sahip bir video ise 12 yaşından küçük biri tarafından kiralanamaz veya satın alınamaz. 15 yaş sembolü de 12 sembolüyle benzerdir. 15 yaş ve üzerini tanımlar. 15 yaş altı kişilerin 15 sembolüne sahip bir videoyu kiralama veya satın almasına izin verilmediği gibi 15 yaş altı kişiler de bu sembole sahip bir filmi izlemeye sinemaya gidemez. 18 sembolü yalnızca yetişkinler için uygun olduğunu belirtmek için kullanılır. Daha önceden de anıldığı gibi Ofcom’un sınıflandırmasına göre 16 ve 17 yaşındakiler genç olarak yayın ilkeleriyle korunma altına alınmışken 18 yaş ve üzeri yetişkin olarak kabul edilir. 18 sembolüne sahip bir filmi 18 yaş altı çocuk ve gençler izlemeye sinemaya gidemediği gibi söz konusu sembole sahip bir video da 18 yaş altındakiler tarafından kiralanamaz veya satın alınamaz. Son kategori olan R18 sembolü bulunan içerikler özel ve yasal olarak kısıtlanmış video içerikleri nedeniyle yalnızca yetişkinlere yönelik lisanslı sinemalarda gösterilebilir ve video çalışmaları lisanslı dükkanlarda yalnızca yetişkinlere sunulabilir. Bu kategorideki videolar yoğun cinsel içerikler barındırmaktadır²⁶⁹.

Ofcom kılavuzunda, BBFC’nin 18 dereceli kategorisinde yer alan filmlerin saat 21:00’den önce yayınlanmasının uygun olmayacağını hatta saat 21:00 sıralarında da yayınlanmak için uygun olmayabileceği belirtilmiştir. BBFC’nin R18 kategorisindeki yapımların ise hiçbir şekilde medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar tarafından yayınlanamayacağı bildirilmiştir. BBFC’nin bazı hallerde belirli bir sahnenin kesilmesi durumunda filmin daha alt bir kategoride yayınlanmasına veya filmin güncel standartlarına göre zorunlu kesintilere tabi olmadığını onayladığı hallerde Ofcom söz konusu filmin yayınına izin verebilmektedir. Görüntüleme başına ödeme hizmetleri (izle-

²⁶⁹ BBFC, “About Classification”, (Erişim Tarihi: 26.04.2022), <https://www.bbfc.co.uk/about-classification>

öde) sunan medya hizmet sağlayıcılar BBFC 18 dereceliye veya eşdeğerine kadar olan filmleri zorunlu gündüz koruması zaman dilimlerine uygun olmak şartıyla günün herhangi bir zamanında yayınlanabileceği ifade edilmiştir²⁷⁰.

İngiltere’de Ofcom tarafından yayınlanan zorunlu gündüz koruması uygulamasının gözden geçirildiği belirtilen duyuruya göre uydu ortamından seç-izle hizmeti sunan medya hizmet sağlayıcı kuruluşların yetişkinlere yönelik yayınlarının PIN kodu ile şifrlenmesi gerekmektedir. BBFC tarafından 15 sembolüyle işaretlenenlerin gündüzleri Premium abonelik kanallarında, 18 sembolüyle işaretlenen filmlerin ise film başına ödemeli hizmet (izle-öde) sunan yayıncılarca PIN kodu ile yayınlanmasına izin verilmektedir. Bu PIN kodu sistemi izleyicilerce kaldırılamayacak ve atlanamayacak şekilde tasarlanmış olmalıdır²⁷¹.

Türkiye’de alanında seçkin ve yetkin akademisyenler²⁷² ve RTÜK Uzmanlarınca yoğun bir akademik çalışma sonucu oluşturulan akıllı işaretler sistemi²⁷³ 23 Nisan 2006 tarihinden itibaren uygulamaya konulmuştur. Televizyon yayınlarındaki içeriğe dair bilgilendirici bir sınıflandırma sistemidir. Sınıflandırma sisteminin hazırlanmasından önce yapılan izleyici anketinde Türkiye’de ebeveynlerin yaklaşık yüzde 80’i televizyonda yayınlanan program içeriği hakkında önceden bilgilenmek istediklerini belirtmişlerdir. Genel izleyici sembolünün haricinde 7 yaş, 13 yaş ve 18 yaş olarak üç yaş grubu; şiddet ve korku, cinsellik, olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar şeklinde farklı sembollere sahiptir. Yaş sembolü dışındakilerin hepsi içeriğe göre aynı anda ekranda yer alabilmektedir. RTÜK tarafından medya hizmet sağlayıcı kuruluşların ilgili personeline eğitimler verilmekte ve kullanılacak sembolleri internet üzerinden formlara girerek yayınlanacak programda hangi sembolün kullanılacağını belirleyen personeller

²⁷⁰ Ofcom, “Section one: Protecting the under-eighteens”, (Erişim Tarihi: 26.04.2022), <https://www.Ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/section-one-protecting-under-eighteens>

²⁷¹ Ofcom, “Statement: Review of the mandatory daytime protection rules in the Ofcom Broadcasting Code”, (Erişim Tarihi: 26.04.2022), <https://www.Ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-2/mandatory-daytime-protection>

²⁷² Prof. Dr. Ferhunde Öktem, Doç. Dr. Melike Sayıl, Dr. Sevilay Çelenk Özen çalışmalarda yer almıştır. Sayın Öktem uzun yıllar TRT Çocuk ve Gençlik yayınları danışmanlığı görevinde bulunmuştur. Çocuk ve ergen ruh sağlığı ve sorunları alanında çalışan Psikolog Öktem Sağlık Bakanlığı Ulusal Ruh Sağlığı Bilim Kurulu üyesi, Milli Eğitim Bakanlığı Okullarda Şiddeti Önleme Projesi Kurulu üyesi, TÜBİTAK Bilim Çocuk Dergisi Yayın Kurulu üyesi gibi görevlerde yer almıştır.

²⁷³ Hollanda ve diğer bazı Avrupa ülkelerinde görsel-işitsel medya türlerinin (PC oyunları, diğer DVD, VCD’ler..) değerlendirilmesinde kullanılan ve işlerliği sınanmış olan NICAM’ın sınıflama sistemi (Bkz. Valkenburg, Beentjes, Nikken ve Tan, 2002) Akıllı İşaretler’e örnek oluşturmuştur.

sertifikalandırılmaktadır. Ayrıca RTÜK internet sitesi üzerinden örnek kodlama formu²⁷⁴ üzerinden de kodlamanın nasıl yapılacağı açık bir şekilde örneklerle öğretilmektedir. 13+ sembolüne sahip programlar 13 yaş ve üzerinin izleyebileceği programlardır²⁷⁵. Bu programlar saat 21:30'dan sonra, 18+ sembolüne sahip programlar ise 18 yaş ve üzerinin izleyebileceği programlar olup saat 23:00'dan sonra saat 05:30'a kadar yayınlanabilmektedir. İngiltere'dekinden farklı olarak haber programları haricinde tüm programlar için akıllı işaretler sembolleri kullanılmaktadır.

Şekil 4.2: RTÜK Akıllı İşaretler Sistemine Ait Koruyucu Semboller



Kaynak: RTÜK Akıllı İşaretler İnternet Sitesi (www.rtukisaretler.gov.tr)

Son olarak belirtmek gerekir ki Türkiye’de koruyucu sembol kullanılırken İngiltere’de televizyon kanalı açıldığında zararlı içeriğe ilişkin yazılı uyarı yapılmaktadır. Bu duruma ilişkin örnekler bu çalışmanın üçüncü bölümünde verildiğinden burada aynı görsellere yer verilmesine gerek görülmemiştir.

4.5.1. İngiltere’de Bazı Yayın İçeriklerinin Belli Vakitlerde Engellenmesi

Türkiye’deki mevzuatta anılmayan bazı hususlara İngiltere’deki ilgili Yönetmelik’te yer verildiği görülmektedir. Çocuk ve gençlerin izleyeceği vakitlerde ruh

²⁷⁴ RTÜK, “Akıllı İşaretler Örnek Kodlama Formu”, (Erişim Tarihi: 27.04.2022), <https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/testSoru>

²⁷⁵ Semboller, Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Grafik Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Zülfükar SAYIN tarafından tasarlanmıştır.

çıkarma, büyüçülük, paranormal olaylar, doğaüstü birtakım olayların gerçekmiş gibi gösterilmesi yasaklanmıştır (İlgili Yönetmelik 1.27). Önemli sayıda çocuğun erişiminin ve izlemesinin muhtemel olduğu vakitlerde eğlence amaçlı bile olsa doğaüstü yayınların yayınlanamayacağı belirtilmiştir. Ancak drama, film ve komediler bu yasaktan muaf tutulmuştur.

4.6. Türkiye’de Özgün Şekilde Yürütülen Çalışmalar

Türkiye ve İngiltere’nin çocuk ve gençlerin gelişimine uygun olmayan hatta zarar verebilecek yayınlardan korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkelerinin oldukça benzer olduğu görülmektedir. Bunun yanında Türkiye’de RTÜK önderliğinde yürütülen özgün çalışmalar ile çocuğun yüksek yararını temel alan ve geniş kesimlere olumlu şekilde katma değer üretebilen bir süreç yürütülmektedir. Bu aşamada bahsedilmeye değer başlıca çalışmalar olarak “Çocuk Dostu Yayıncılık Çalıştayı”, okullarda “Medya Okuryazarlığı Dersleri” ile “Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı” sayılabilir.

4.6.1. Çocuk Dostu Yayıncılık Çalıştayı

11 Ocak 2022 tarihinde Ankara’da düzenlenen “Çocuk Dostu Yayıncılık Çalıştayı”nda RTÜK üst yöneticileri, akademisyenler, medya dünyasının temsilcilerini ve ilgili kurumların uzmanları ile sivil toplum kuruluşlarını bir araya gelmiştir. Çalıştay’da “çocuğun üstün yararı gözetilerek, çocuk haklarına duyarlı, çocuğun iyicil temsilini sağlayan ve çocuk dostu olarak nitelendirilebilecek bir medya ortamına katkı sağlanması hedeflendiği”²⁷⁶ bir rehber oluşturulduğu “unutulma hakkı, çocuğun gizliliğinin ve itibarının korunması” gibi birtakım hususların dikkate alınması için medya çalışanlarına ve yöneticilerine editoryal içeriğin oluşturulmasında rehberlik edecek ilkelerin hazırlandığı belirtilmiştir.

4.6.2. Medya Okuryazarlığı Dersleri

Medyanın verdiği mesajları doğru anlayıp çözümleyebilmek, sorgulayıp şüpheyi yaklaşılabilmek, kitle iletişim araçlarındaki yayınların doğurabileceği olumsuzluklardan korunabilmek için çocuk ve gençlere medya okuryazarlığı derslerinin verilebilmesine

²⁷⁶ Anadolu Ajansı, “‘Çocuk Dostu Yayıncılık Rehber İlkeleri’ oluşturuldu”, (Erişim Tarihi: 25.04.2022), <https://www.aa.com.tr/tr/gundem/cocuk-dostu-yayincilik-rehber-ilkeleri-olusturuldu/2471200>

RTÜK ön ayak olmuş ve Milli Eğitim Bakanlığı Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığıyla protokol imzalanmasının ardından okullarda seçmeli medya okuryazarlığı derslerinin öğretimi başlamıştır. 2003 yılında İletişim Şurası'nda tohumu atılan projenin RTÜK'ün yoğun çalışmaları neticesinde 2006-2007 öğretim yılında birkaç pilot ilde başlatılan dersler ertesi yıldan itibaren tüm Türkiye'de okutulmaya başlanmıştır²⁷⁷. RTÜK Uzmanları derslerin içeriğinin ve öğretmen kılavuzunun hazırlanmasında da aktif rol üstlenmişlerdir²⁷⁸. RTÜK ve ilgili Bakanlıkların katılımıyla düzenlenen 2013 yılındaki bir çalıştayda ders içeriğinin güncellenmesi ihtiyacının belirlenmesi akabinde oluşturulan bir komisyonun çalışmaları sonucunda 2014-2015 eğitim-öğretim yıllarında güncellenen içerikle dersler okutulmaya başlanmıştır.

4.6.3. Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayları

RTÜK ve Yunus Emre Enstitüsü'nün ortaklaşa farklı ülkelerde düzenlediği “Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı” oldukça ses getiren bir çalışma olmuştur. Belçika, Macaristan, Romanya, Avusturya, Fas gibi bazı ülkelerde gerçekleştirilen çalıştaylara RTÜK ve Yunus Emre Enstitüsü çalışanların yanında taraf ülkelerin Büyükelçileri, Romanya'daki çalıştayda eski Başbakan Victor Ponta, akademisyenler, bazı ünlü yazarlar ve farklı kurumlardan üst düzey bürokratlar da katılım sağlamıştır.

Çalıştayların Avrupa Birliği'nin başkenti olan Brüksel'den başlatılmasını önemsediklerini belirten RTÜK Başkanı Ebubekir Şahin, medya okuryazarlığının dijital çağda daha önemli hale geldiğini, bunu geliştirme ve yaygınlaştırmanın RTÜK'ün görevlerinden birini oluşturduğunu, düzenlenen çalıştayların çocuk ve gençlerin Türkçe'yi doğru kullanmasının sağlaması açısından da önemine dikkat çekmiştir.

²⁷⁷ RTÜK, Türkiye'de Medya Okuryazarlığı, (Erişim Tarihi: 24.04.2022), https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2

²⁷⁸ Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programında “İletişime Giriş, Kitle İletişimi, Medya, Televizyon, Aile-Çocuk ve Televizyon, Radyo, Gazete ve Dergi ve bir de İnternet” ünitelerine yer verilmiştir. 2007 yılının sonunda Seçmeli Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretim Programına yardımcı doküman olarak “İlköğretim Medya Okuryazarlığı Dersi Öğretmen El Kitabı” hazırlanmıştır.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından Medya Okuryazarlığı Projesi kapsamında, ulusal ve uluslararası olmak üzere çok sayıda panel, seminer, konferans düzenlendi. RTÜK Çocuk Web Sitesi ile Medya Okuryazarlığı Web Sitesi oluşturuldu. <https://www.rtuk.gov.tr/medya-okuryazarligi-gozden-geciriliyor/2564>

4.6.4. Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesi ²⁷⁹

RTÜK ve Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın (Güncel Adı: Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı) ortaklaşa hazırladığı bir yönetmelik 2018 yılında Resmî Gazete'de yayınlanmıştır. Yönetmelikte yayınlanan ilkelerle aile ve çocukların zararlı yapımlardan korunması ve aile ile çocuk dostu yapımların ise teşvik edilmesi hedeflenmektedir. Teşvik edilecek yapım ve dizilerin tespit edilmesi için bir dizi ilkeler belirlenmiştir. Belirlenen ilkelere göre teşvik ödülü verilecek yapım ve dizileri tespit etmesi için bir alt komisyon teşkil edilmesi, bu komisyonun ise belirlediklerini RTÜK'ten ve söz konusu Bakanlıktan en az ikişer üst düzey bürokrat ile akademisyen, medyadan profesyoneller ve uzmanlardan müteşekkil Seçici Kurula göndermesi gerekmektedir.

Bu teşvik sistemi ile çocukların eleştirel düşünmesi ve karar almasına katkı sağlaması; dijital araçların ve uygulamalar ile sosyal medyanın getirdiği olumsuzlukların ortadan kaldırılması; Türkçenin doğru kullanımına sevk etmesi gibi bazı beklentiler bulunan aile ve çocuk dostu yapım ve diziler ile sağlıklı bir aile ve toplum yapısının oluşmasına katkıda bulunmak amaçlanmaktadır.

4.7. İngiltere'de Video Paylaşım Platformlarının Düzenlenmesi ve Denetlenmesi

Türkiye'de isteğe bağlı yayın hizmeti sunan kuruluşların lisanslanmasına başlanmışsa da video paylaşım platformları henüz lisans ve denetim altına alınmamıştır. İngiltere'de ise Birleşik Krallık'ta yerleşik bulunan video paylaşım platformlarının 2020 yılından itibaren düzenleme ve denetlenmesine başlanmıştır. Ayrıca hükûmet Ofcom'u çevrimiçi güvenlik Ofcom bir rehber hazırlayarak lisanslı video paylaşım platformlarının uyması gereken kurallar hakkında bilgilendirme yapmaktadır. Ofcom geleneksel medya araçlarının çocuklar üzerindeki olumsuz etkisini sınırlamaya çalışmakla birlikte, dijital çağda değişen medya ortamlarının çocuklara olumsuz etki düzeyini düşürmek için yeni roller üstlenmekte ve yeni yayın ilkeleri hazırlamaktadır. Çocukları internet ortamında zararlı içerikten korumayı hedefleyen Çevrimiçi Güvenlik Kanunu Ofcom'a sosyal

²⁷⁹ “Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik” 8 Mayıs 2018 tarihli Resmî Gazete'de yayınlanmıştır. Yönetmelik, 15/2/2011 tarihli ve 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunun 37 nci maddesinin birinci fıkrasının (y) bendi ile 3/6/2011 tarihli ve 633 sayılı Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararnamenin 2 nci maddesine dayanılarak hazırlanmıştır.

medya ortamlarında da büyük sorumluluklar yüklemektedir. Ayrıca İngiliz hükûmetinin bazı açıklamaları Ofcom'a gelecekte çevrimiçi ortamda çocuk ve gençlerin korunması için daha büyük sorumluluklar yükleneceğinin işaretini vermektedir.

Birleşik Krallık'ta kamu yayıncısı ITV, Channel 4 ve BBC gibi kuruluşlar video paylaşım platformları ile ortak projeler üzerinden izleyici kitlesini artırma ve kaliteli yayınları video paylaşım platformları üzerinden de izletmek için çalışmalar yapmaktadırlar. Channel 4, Haziran 2020'de Snapchat ile başlattığı ortaklığın ardından 300'den fazla kısa video ve fotoğrafı yayınlamıştır. Channel 4 ayrıca bir başka video paylaşım platformu TikTok ile de ortak yayınlar yapmaktadır. 4Studie aracılığıyla Channel 4, TikTok platformunda özgün eğitim videoları yayınlamaktadır²⁸⁰.

4.8. İngiltere’de İnternet Yayınlarını Lisanslama ve Denetim Altına Alma Planları

Türkiye’de 2018 yılı mart ayında 6112 sayılı Kanun’da yapılan değişikle yayın hizmetlerinin internet ortamından sunumuna dair birtakım düzenlemelere gidilmiştir²⁸¹. 2019 yılının ağustos ayında çıkarılan yönetmelikle²⁸² ise internet ortamından lisanslama sürecine hız verilmiştir. Dünyadaki birçok ülkede internet ortamından yayınların lisanslamaya başlama süreçleri hâlen devam etmektedir. İngiltere de internet yayınlarını lisanslama ve denetim alma planlarını yürürlüğe koymak için çalışan ülkelerden biridir.

Lineer televizyonların hepsinin lisans altına alındığı İngiltere’de Netflix gibi internet ortamından isteğe bağlı yayıncılık hizmeti (seç-izle) platformlarının da lisanslanarak düzenleme ve denetim faaliyetlerinin yürütülmesine ilişkin mevzuat çalışmaları hazırlık aşamasını tamamlamış ve yasalaşma yoluna girmiştir. Yeni kanun tasarısıyla ilgili açıklama yapan Birleşik Krallık Dijital, Kültür, Medya ve Spordan Sorumlu Devlet Bakanı Nadine Dorries Netflix, Amazon Prime, Disney+ gibi platformların denetim altına alınmasının izleyicileri zararlı içerikten korunması adına önemli bir adım olduğunu belirtmiştir. Yapılacak yasal değişikliklerle izleyicileri zararlı veya rahatsız edici içerikten korumaya, doğruluk, adalet ve mahremiyet ile ilgili kurallara,

²⁸⁰ Ofcom, “Media Nations 2021 Report”, (Erişim Tarihi: 20.05.2022), s.49, https://www.Ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0023/222890/media-nations-report-2021.pdf

²⁸¹ 6112 sayılı Kanun Madde 29/A- (Ek:21/3/2018-7103/82 md.).

²⁸² Radyo, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik. Resmî Gazete: 01.08.2019 - 30849

internet üzerinden yayın yapan seç-izle platformları harfiyen uymaya zorunlu kılınacaktır. Mevcut durumda internet üzerinden seç-izle hizmeti sunan BBC iPlayer dışında Ofcom'un yayın ilkelerine uymak durumunda olan bir platform bulunmamaktadır. Ofcom'un internet ortamından yayın yapan seç-izle platformları için yeni yayın ilkeleri ve hükümleri (broadcast code) yayınlaması beklenmektedir. Kanun tasarısı ile söz konusu platformların yayın ihlali karşısında 250.000 £ veya kuruluşun gelirinin %5'ine kadar (hangisi daha yüksekse) idari para cezası müeyyidesi ile karşılaşması planlanmaktadır²⁸³.

²⁸³ BBC News, “Netflix and Disney+ among streamers facing tighter regulation in UK”, (Erişim Tarihi: 28.04.2022), <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-61249056>

SONUÇ ve ÖNERİLER

Çocuklar toplumların korunmaya muhtaç, savunmasız kesimini oluşturmaktadır. Çocuk ve gençlerin kitle iletişim araçlarındaki içerikten nasıl etkilendiğine dair açıklamalar getiren birçok teorik yaklaşım bulunmaktadır. Kitle iletişim araçlarının etkilerine dair ilk kuramsal yaklaşımlarda hem söz konusu araçların etkileme düzeyinin çok yüksek olduğu hem de izleyicilerin tamamen etkiye açık ve pasif bir konumda olduğu düşünülmüyordu. Uzun süreli araştırmalara dayanan kuramsal çalışmalarda ise izleyicilerden özellikle çocukların ve gençlerin daha çok etkiye açık oldukları öne sürülmüştür. Bu çalışmanın birinci bölümünde çocuk ve gençlerin olumsuz içerikteki yayınlardan korunmasına dair yayın ilkelerinin ortaya çıkmasına sebep olan içerikler ve teorilerden bazılarına değinilmiştir. Bunlardan biri olan sosyal öğrenme kuramına göre çocuklar televizyonda gördükleri bir davranış veya mesajı belleklerine aktardıklarında bu bilgi onların davranışlarına ve kişiliklerine rehber olmaktadır. İzleme sıklığının arttığı bir davranış görüntüsü, çocuğun belleğine yerleşip onda kalıcı bazı davranış kalıplarının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Bilgi işleme kuramına göre ise çocuklar televizyon izleme esnasında gördükleri kişilerin ilişki örüntülerini, sorun çözme davranışları ve stratejilerini, kişi ve toplum arası ilişkilerin ne şekilde yürüdüğü gibi pek çok sosyal ilişki ve davranış biçimlerini de öğrenmektedir. Çocuk ve gençler bu izlem üzerinden sosyal ilişkilerini inşa eder ve karşıdan da bu doğrultuda davranmasını bekler. Televizyonun bireyler için basit etkileri yerine bir anlam sistemi oluşturduğunu öne süren kültürleme/ekme kuramı (cultivation) yalnızca çocuklar ve gençlerin değil tüm ailenin televizyondan fazlaca etkilendiğini ifade etmektedir. Bu yaklaşım, olumlu ve olumsuz etkilerin izlenilen içeriğe göre değiştiği, suç, şiddet, hakaret gibi yayın içeriklerinin çocuk suç oranlarında artışa sebebiyet verebildiği, insanları gerçeklikten kopartarak edilgen ve hareketsiz bir konuma getirdiğini, toplumsal eleştiriyi zayıflatabildiğini ileri sürmektedir.

Kitle iletişim araçlarının olumlu etkilerinin artırılması ve olumsuz etkilerinin azaltılması için devletin, yayıncı kuruluşların ve toplumun her kesimine düşen görevler bulunmaktadır. Sağlıklı bir toplum yapısının oluşmasında geleceğin teminatı olarak görülen çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel veya ahlaki gelişimine olumsuz etki edebilecek yayın içeriğinden korunması için uluslararası ve ulusal mevzuatlarda bazı düzenleme ve denetleme ilkelerine yer verilmektedir. Bu çalışmanın ikinci bölümünde dünyadaki ilgili yasal düzenlemelerden bahsedilip Türkiye’de çocuk ve gençlerin zararlı yayınlardan korunmasına ilişkin yayın ilkeleri ve uygulamalarına yer verilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde aynı durum İngiltere’deki yayın ilkeleri ve uygulamaları için geçerli olmuştur. Çalışmanın dördüncü ve son bölümünde ise iki ülkedeki, çocuk ve gençlerin olumsuz yayın içeriğinden korunmasına yönelik yayın ilkelerinin karşılaştırılması yapılmıştır. Çalışmada veri toplama yöntemi olarak nitel araştırma deseni içinde yer alan doküman analizi yöntemi kullanılmıştır. Toplanan veriler betimsel analiz ile işlenmiştir. Doküman analizi yöntemi ile Türkiye ve İngiltere’nin mevzuatlarına ve ilgili denetleyici ve düzenleyici kurumların yayınladıkları internet sitesi üzerinden sundukları açık kaynak verilerine göz atılmıştır. Bunun yanında çalışmanın ikinci bölümünde Türkiye’deki yayıncıların sayısı gibi bazı güncel veriler ise RTÜK’ün ilgili dairelerindeki arşivlerden ve kayıtlardan edinilmiştir.

Tez konusu seçilirken İngiltere’nin karşılaştırmaya esas ülke olarak ele alınmasının nedenlerine değinilecek olursa dünyanın sistemli ve en köklü televizyon yayınları ile kuruluşlarına ve mevzuatına sahip bir ülke olması; bağımsız, güçlü, yetkin ve tecrübeli bir düzenleme ve denetim kurumu olan Ofcom’un bulunması; Ofcom’un araştırma kurumları ve ülkedeki diğer ilgili kurumlarla ortak çalışmalar yürüterek mevzuatını ve çalışma yöntemlerini güncelleştirme konusunda kararlı olması göz önünde bulundurulmuştur.

İngiltere’deki düzenleyici ve denetleyici otorite olan Ofcom (Office of Communications) 2003 yılında kurulmuş bağımsız ve lisansladığı kuruluşlardan aldığı gelirlerle çalışmalarını finanse eden bir kurumdur. Ofcom, RTÜK benzeri bir otorite olmasının yanında geniş bant, ev telefonu, mobil cihazlar gibi telekomünikasyon hizmetlerinin yürütülmesi, posta servisi Royal Mail’in posta hizmetlerinin denetlenmesi, telsiz telefonlar, telsizler, frekans yayan cihazların yaydığı frekansların düzenlenmesi ve denetimi gibi faaliyetleri de yürüten geniş kapsamlı faaliyet alanına sahip bir kurumdur.

Ofcom'un tabi olduğu mevzuata göre (Communications Act 2003) 15 yaş altı kişiler çocuk olarak tanımlanmışken, 16 ve 17 yaşındakiler genç, 18 ve üzeri yaştakiler ise yetişkin olarak ifade edilmektedir. Türkiye'de düzenleyici ve denetleyici kurum RTÜK'ün çalışmalarında esas aldığı 6112 sayılı Kanun'da çocuk ve gencin tanımına yer verilmemiş ancak yayın ilkelerinin yer aldığı ilgili yönetmelikte 2018 yılında yapılan ekleme ile çocuk kavramının "henüz 18 yaşını doldurmamış kişi" olarak tanımlandığı dikkati çekmektedir. Türkiye'deki mevzuatta "genç" kelimesine sık sık "çocuk" kelimesiyle birlikte yer verilirken gencin hangi yaş aralığındaki kişiler olduğu belirtilmemiştir. Türkiye'de 6112 sayılı Kanun'da çocuk kelimesine 18 kez, genç kelimesine 4 kez; ilgili yönetmelikte ise çocuk kelimesine 30 kez, genç kelimesine ise 5 kez yer verilmiştir. Bu durumun mevcut haliyle Türkiye'de çocukların korunmasına verilen önem bakımından kayda değer bir veri olduğu söylenebilir.

Türkiye'de 2006 yılında uygulamaya konulan koruyucu sembol denilen akıllı işaretler sistemi ile çocuk ve gençler için olumsuz yayın içeriğine sahip programların (haberler hariç) sınıflandırılıp ebeveynlerin yayın içeriği hakkında uyarılması sağlanmaktadır. Akıllı işaretler sınıflandırmalarında genel izleyici, 7 yaş ve üzeri (7+), 13 yaş ve üzeri (13+), 18 yaş ve üzeri (18+) şeklinde ayrıma gidilirken, yayın içeriği hakkında ise şiddet/korku, cinsellik, olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar logolu 3 farklı koruyucu sembol sistemi üretilmiştir. İngiltere'de ise Türkiye'dekinden farklı olarak televizyon kanalı açıldığında görülecek şekilde yazılı uyarı konulmaktadır. Türkiye'deki gibi bir koruyucu sembol uygulamasına gidilmemiştir. Bunun yanında televizyonda yayınlanan film ve videoların İngiliz Film Tasnif Kurumu (BBFC) tarafından sınıflandırılmış olma şartı aranmaktadır. Ofcom, BBFC'nin R18 olarak sınıflandırdığı film ve videoların hiçbir koşulda televizyondan yayınlanmasına izin vermemektedir.

Türkiye'de korumalı saatler olarak bilinen, çocuk ve gençlerce yayınların izlenme ve dinlenme ihtimali olduğu düşünölen 24:00-05:00 saat aralığı dışındaki zaman dilimini kapsamaktadır. 18 yaş ve üzerine hitap eden yayınların 24:00-05:00 saat aralıkları arasında yayınlanması gerekir. 13 yaş ve üzerine hitap eden yayınların ise 13+ koruyucu sembolü kullanılarak saat 21:30'dan itibaren sabah 05:00'a kadar yayınlanabilmesine izin verilmektedir. Bu duruma uygun olarak ilkokul çağındaki çocukların erken yatmalarının teşvik edilmesi için "İyi Uykular Çocuklar" projesiyle farklı animasyonlar üzerinden

ebeveynlere çocuklarını uyutmaları yönünde mesajlar verilmektedir. İngiltere’de ise yalnızca televizyonlarda geçerli korumalı saat dilimine “Watershed” adı verilmektedir. Korumalı saat dilimleri 21:00-05:30 aralığı dışındaki zaman dilimidir. Ancak Ofcom saat 21:00’den sonra keskin ve ani bir geçişin uygun olmadığını belirtmiştir. Radyo yayıncılarının çocuklar için özellikle kahvaltı saatleri ile okul koşuşturmalarının olduğu zamanlar gibi bilhassa dinleme olasılığı yüksek zaman dilimlerinin dikkate alınması istenmiştir. İngiltere’de lineer televizyonlar üzerinden izle-öde hizmeti sunan yayıncı kuruluşlara sıkça rastlanmaktadır. İzle-öde hizmeti sunan ya da şifreli bir şekilde yayıncılık sürdüren kuruluşlara istisnalar getiren Ofcom, "zorunlu gündüz koruması (mandatory daytime protection)" kavramıyla 05:30-21:00 saat dilimleri arasında sunulan yayınlarda kullanıcılarca kaldırılamayan ve erişimi yalnızca görüntülemeye yetkili kişilerle sınırlayan bir PIN koruma sisteminin kullanımını zorunlu tutmaktadır.

Editoryal gerekçe ve yayın içeriğinin bağlamı Ofcom tarafından göz önüne alınan temel ölçütlerdendir. Bağlam yayının editoryal içeriğini, yayınlandığı medya hizmetini, yayın zamanını, programdan önce ve sonra planlanan yayınları, yayına dâhil edilen içerikten kaynaklanabilecek zarar ve suçun derecesi, potansiyel seyirciler ile onların beklentileri, içeriğin potansiyel izleyicinin dikkatine sunumu, izleyici ve dinleyici üzerindeki farkında olmadan oluşturacağı etki gibi öğelerle şekillenmektedir (Yönetmelik, s.8). Şiddet, cinsellik gibi kendi başına yayın ihlali oluşturacak yayın içerikleri bulunsa bile yayıncı bunu editoryal olarak gerekçelendirebilirse ve yayının bağlamıyla gerekliliğini açıklayabilirse, bu koşullar altında Ofcom müeyyide uygulamaya gerek duymamaktadır. Müeyyide sürecinde Ofcom’un medya hizmet sağlayıcılardan savunma metni hazırlamasını istemesi yayıncılar için bu anlamda bir fırsat oluşturmaktadır.

Ofcom’un mevzuatında yer almakla birlikte BBC gibi bazı medya hizmet sağlayıcıları da kendi iradeleriyle çocukların korunmasına dair somut adımlar atmaktadır. Özellikle çocukların yayınlara katılımına dair konularda pedagog ve uzmanlarla çalışılmakta, editoryal uyum için de çaba gösterilmektedir.

Türkiye’de ticari iletişim yayınlarında çocukların korunmasına yönelik birçok hüküm bulunmaktadır. Ayrıca çocukların aşırı tüketimi zararlı olabilecek yiyecek ve içeceklerin çocuk programlarının başında, sonunda ya da söz konusu programların içinde

yayınlanamayacağı hükmü getirilmiştir. Aşırı tüketimi tavsiye edilmeyen ürünlerin belirlenmesinde Sağlık Bakanlığı'nın belirlediği listeler esas alınmakta ve listenin RTÜK internet sitesinde duyurusu yapılmaktadır. Çocuk programlarının içinde de bant reklam dâhil hiçbir ticari iletişim yayınına izin verilmemektedir.

İngiltere'den farklı olarak, Türkiye'de televizyonların çocuk yayınlarında çizgi filmlere yer verilmesi durumunda çizgi filmlerin en az yüzde yirmi oranında diğer çocuk programlarındaysa en az yüzde kırk oranında Türkçe dilinde üretilmiş ve Türk kültürünü yansıtmaları koşulu mevzuata koyulmuştur.

Kitle iletişim araçlarının sayısı zaman içinde artmaktadır. İnternet ortamından yayınların yaygınlaşmasıyla birlikte radyo, televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçları da bu ortama taşınmış ve devletler karasal, uydu ve kablo ortamından sonra internet ortamındaki yayınların da denetimine yönelik çalışmalar yürütmeye başlamışlardır. İnternet ortamının karasal, uydu ve kablo ortamından yürütülen yayıncılığa göre ucuz, daha fazla kitleye hitap edebilen yapısı yayıncı kuruluşları rekabetin yoğun olduğu bu ortamda çekici, sansasyonel, reytingi yüksek yapımlara yöneltebilmektedir. Konvansiyonel kitle iletişim araçlarının yapısı itibariyle internet ortamından yayınlarla karşılaştırıldığında denetime ve ailelerin kontrolüne daha uygun bir yapı sunduğu gibi sayısız internet sitesinin tamamının devletlerce denetiminin zorluğu nedeniyle içinde çocuk ve gençler için daima zararlı içerik barındırabilmektedir. Her ne kadar ebeveyn kontrolüne izin verse de çocuk ve gençlerin farklı hesaplar veya sanal özel ağlar (virtual private network -vpn) gibi yasal sınırların aşılması konusunda internet erişimini uygun hale getiren araçlar üzerinden kontrol dışına çıkabilme ihtimali düşünüldüğünde çocuk ve gençlerin zararlı içeriklerle karşılaşmasının geçmişe kıyasla daha fazla olasılıkta olduğu öne sürülebilmektedir. İnternet yayınlarının çocuk ve gençlerin ilgi alanlarına ya da yönlendirilmek istenen içeriğe uygun şekilde yapay zekayla desteklenmiş algoritmik önerilerle, planlanan veya ailelerce izletilmesi düşünülen içeriğin dışına çıkması da mümkün hale gelmektedir.

İnternet ortamındaki ekran süresi artan çocuk ve gençlere dijital ortamda medya okuryazarlığı eğitimlerinin verilmesinin daha da önemli bir konuma yükseldiği ifade edilebilir. Türkiye'de RTÜK bu durumun farkına vararak "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı" çalışmalarını başlatmıştır. Çalıştaylarla elde edilen

bulgu ve sonuçların çocuk ve gençlerin internet ortamında karşılaşılabilecekleri olumsuz içeriklerle baş edebilmesinde değerli bir plan ortaya koyması beklenmektedir. Ayrıca RTÜK'ün Türk aile yapısının ve değerlerin korunmasını önceleyen aile ve çocuk dostu yapım ve dizilerin teşvik edilmesine yönelik de Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı ile ortak çalışmaları bulunmaktadır. 2022 yılı ocak ayında yapılan Çocuk Dostu Yayıncılık Çalıştayı ile medya hizmet sağlayıcıların yayınlarında kılavuzluk yapabilecek yayın ilkelerinin yayınlanmasına yönelik çalışmalar devam etmektedir.

Brexit süreciyle Avrupa Birliği üyeliğini terkeden İngiltere'nin hâlen AB Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesine bağlılığını sıkıca sürdürdüğü görülmektedir. Türkiye ile karşılaştırıldığında sık sık kanun değişiklikleri yapabilen ve kazuistik bir yasaya sahip olan İngiltere'nin medya hizmet sağlayıcı kuruluşları düzenleme ve denetlemeye başlama tarihinin Türkiye'den çok daha eskilere vardığı görülmektedir. Türkiye'de TRT dışındaki yayıncıların sayısının artması üzerine 1994 yılında 3984 sayılı Kanun ile yayıncılığın düzenleme ve denetlenmesi gerçekleştirilmeye başlanırken İngiltere'de 1980 Yayıncılık Kanunu ile Yayıncılık Şikâyetleri Komisyonu kurulmuştur. Ayrıca dünyanın ilk kamu yayıncısı BBC dışında Channel 4'ün kurulmasının temeli atılmıştır. Söz konusu yasa bir yıl sonra değiştirilmiş ve 1981 Yayıncılık Kanunu'nda çocuk ve gençlerin korunmasına ilişkin az da olsa hükümlere yer verilmiştir. 1981 yılındaki anılan kanunda çok sayıda çocuk ve gencin izlemesi muhtemel yayınlara özel önem verilmesi ve şiddet içeren ya da şiddeti çağrıştıran seslerin yayınların önüne geçilmesi hedeflenmiştir. İngiltere'de 2003 yılında medya hizmet sağlayıcıların yayınlarının da düzenlenmesine imkân veren İletişim Kanunu'nun yürürlüğe girmesinden sonra birçok kez yasal değişiklikler yapıldığı görülmektedir. Ofcom'un da 2003 yılında kurulmasını sağlayan anılan kanunun birinci bölümünün başlığı "18 Yaş Altı Çocukların Korunması" olarak belirlenmiştir. Kanunun birinci bölümünden itibaren çocukların korunmasına verilen önem gösterilmeye çalışılmıştır. Kanunda Ofcom'un işlevlerinin ele alındığı bölümde çocukların korunmasına özel önem verilmesi, çocuklar ve gençler için uygun miktarda ve çeşitlilikte yüksek kaliteli ve özgün programlar sunulması görevi de verilmiştir.

Türkiye'de radyo ve televizyon yayıncılığının düzenlenmesi ve denetlenmesi amacıyla 1994 yılında yürürlüğe giren 3984 sayılı Kanun, 2011 yılında 6112 sayılı Kanun ile yürürlükten kaldırılmıştır. 6112 sayılı Kanun'un hazırlık çalışmalarında, AB'ye aday

ülke olunması nedeniyle Avrupa Birliği müktesebatına uyumlaştırma çabalarının yoğun olduğu göze çarpmaktadır. RTÜK'ün çalışmalarında esas aldığı bu kanun ve ilgili yönetmeliklerin yanında Reklam Kurulu'nun da çocukların korunmasına yönelik temel yayın ilkeleri ve müeyyideleri bulunmaktadır. Ticari reklam ile haksız ticari uygulamaların denetimini yürüten Reklam Kurulu ile RTÜK arasında yakın ilişki bulunmaktadır. Buna benzer olarak İngiltere'de de Ofcom ve Reklam Standartları Kurumu arasında ilişki bulunmaktadır. Ancak İngiltere'deki Reklam Standartları Kurumu görsel-işitsel yayıncılık mecraları dışındaki mecralarda yayınlanan reklamlara yönelik yaptırımlarda bulunurken Türkiye'de Reklam Kurulu hangi sektör olursa olsun her türlü mecrada yayınlanan ticari reklamları denetleyip müeyyide uygulayabilmektedir. Reklam Kurulu'nun esas aldığı mevzuata göz atıldığında çocukları istismar edici ticari reklam yapılamayacağı hükmü bulunmaktadır. RTÜK'ün müeyyide uyguladığı kuruluşlara Reklam Kurulu'nun da müeyyide uygulaması için ilgili dosyayı havale ettiği durumlar ortaya çıkabilmektedir. Reklam Kurulu'nun üyeleri arasında RTÜK'ün görevlendirdiği de bir üye bulunmaktadır. Böylece kurumlar arası koordinasyon ile çocuk ve gençlerin istismar edici ticari reklamlardan korunması konusunda daha etkin ve caydırıcı müeyyideler uygulanabilmektedir.

Dünyanın ilk kamu yayıncısı BBC'ye ev sahipliği yapan ve güçlü kamusal yayıncılık geleneğinin devam ettiği İngiltere'de kamu yayıncılarının kendi yayın ilkeleri ve özdenetim uygulamaları da bulunmaktadır. BBC'nin Çocuk Koruma Politikası adı altında yayınladığı birtakım özdenetim faaliyetleri yanında internette çocukları etkilemeye yönelik tüm içeriklerden haberdar edilmesini istediği BBC Soruşturma Bürosu da çocukların zararlı içerikten korunması konusunda çalışmalar yürütmektedir. BBC'nin özdenetim faaliyetlerini yürütmek üzere yayınladığı yayın ilkelerinde çocuk ve gençlerin fiziksel ve duygusal sağlığının, onurunun korunması; onların katılımcı oldukları programlarda gereksiz endişe ve sıkıntıya sürüklenmelerinin önüne geçilmesi, programda yer almalarının haklı editoryal gerekçe sahip olması; çocuk ve gençleri uygunsuz içerikten koruma sorumluluğunun onların ifade ve bilgi edinme özgürlüğüyle dengelenmiş olması gibi bazı ilkelere yer verilmiştir.

Türkiye'de TRT Kanunu olarak da bilinen 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanununda TRT'nin uyması gereken yayın esaslarına yer verilmiştir. Ancak bu yayın esaslarında doğrudan çocuk ve gençlerden bahsedilmemektedir. Söz konusu

yayın esaslarında çocuk ve gençlerin de dâhil olduğu toplumun genelini ilgilendiren yayın ilkelerine bakıldığında genel ahlak, milli gelenekler ve manevi değerlerin korunması, toplumun ruh ve beden sağlığına zarar verebilecek içeriklere yer verilmemesi gibi hususlar bulunmasıyla beraber ağırlığı haber içerikli yayınların düzenlenmesi oluşturmaktadır. Ayrıca Türkiye’de bazı yayın kuruluşlarının özdenetim amacıyla yayınladıkları ancak yasal bağlayıcılığı bulunmayan yayın ilkeleri de bulunmaktadır. Söz konusu yayın ilkeleri arasında da çocuk ve gençlerin olumsuz yayın içeriğinden koruyacaklarına yönelik bir nevi taahhüt düzeyinde ifadeler rastlanabilmektedir.

Türkiye’de 2018 yılında 6112 sayılı Kanun’a eklenen bir madde ile internet ortamından yayınların düzenleme ve denetim altına alınması süreci başlatılmıştır. Mevcut yayıncı kuruluşların internet ortamından sundukları radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmeti faaliyetlerinin ise ücretsiz şekilde yayınlanmasına izin verilmektedir (Kablo TV Tek İl yayın lisansı bulunanlar hariç). Buna göre ilk kez lisans alacak uydu televizyonu veya uydu radyo lisansı bulunan kuruluşlar da yayınlarını internet ortamından ücretsiz sunabileceklerdir. 2019 yılında ilgili kanun maddesi temel alınarak çıkarılan yönetmelikle ise lisanslama sürecinin ayrıntıları netleştirilmiş ve Netflix, Amazon Prime gibi yabancı seç-izle platformlarının, mevzuattaki karşılığı ile internet isteğe bağlı yayın hizmeti sunan kuruluşların yayınları Türkiye’de denetim altına almıştır. Lisanslama süreci RTÜK tarafından yürütülmekte olup hâlen yerli ve yabancı birçok yayıncı kuruluş lisans almak üzere başvuruda bulunmaktadır. İngiltere’de internet ortamından yayın yapan seç-izle platformlarından yalnızca BBC iPlayer Ofcom’un denetimi altındadır. İnternet ortamından yayınların denetlenmesine yönelik mevzuat değişikliği çalışmalarını yürüten İngiltere’nin yakın zamanda söz konusu tasarıyı yasalaştıracağı düşünülmektedir.

Türkiye’den farklı olarak İngiltere’de yerleşik bulunan video paylaşım platformlarının 2020 yılı sonrasında lisans altına alınmaya başlandığı görülmektedir. Çevrimiçi Güvenlik Kanunu ile Ofcom’a çocukların çevrimiçi ortamda korunması için sorumluluklar yüklenmiştir. İngiliz hükûmetinin bazı açıklamalarından yola çıkarak Ofcom, gelecekte çevrimiçi ortamlarda çocukların zararlı yayınlardan korunması hususunda daha fazla sorumluluk altına gireceğini öngörmektedir. Türkiye’nin de İngiltere’de olduğu gibi video paylaşım platformlarını düzenleme ve denetim altına almaya ihtiyacı vardır, yeterli ve deneyimli uzman kadrosuyla RTÜK’ün video paylaşım

platformlarını lisanslama ve denetleme konusunda etkili bir kurum olabileceği düşünülmektedir. Bunun için gerekli mevzuat düzenlemelerinin yapılması gerekmektedir. Ayrıca son yıllarda çevrimiçi oyunların, artırılmış gerçeklik teknolojisinin geldiği seviye ile gelişme çağındaki çocuk ve gençlerin üzerinde ciddi olumsuz etkilerinin olabileceğinden Türkiye’de çevrimiçi oyunların da internet yayınları gibi uzman kişilerce yakından takip edilip gerektiğinde uygun şekilde müdahalelerde bulunulması yerinde olacaktır.

Yayın ilkelerinin belirlenmesinin yanında yayın ihlallerinin gerçekleştirilmesi durumunda medya hizmet sağlayıcıların caydırılması için gerekli ve yeterli düzenlemelerin yapılması ve uygulanması gerekmektedir. İngiltere’de RTÜK benzeri düzenleyici ve denetleyici kurum olan Ofcom’un uyguladığı idari para cezası müeyyidesinin iki yıl içinde uygulanmaması veya uygulanmayacağının yayıncı kuruluş yetkilileri tarafından beyan edilmesi hâlinde lisans iptaline kadar giden bir sürecin işletilebileceği bilinmektedir. Gündemdeki kanun tasarısına göre de internet ortamından yayın yapan seç-izle platformlarının yayın ihlalleri hâlinde 250 bin pound ve gelirlerinin yüzde 5’ine kadar (hangisi miktar yüksekse) idari para cezası müeyyidesi uygulanması beklenmektedir.

Web 2.0 ile kullanıcılar yalnızca bilgi alan kişi konumundan çıkmış ve bilgi sunan, içerik üreten kişiler haline gelmiştir. Web 2.0 sosyal medya platformlarının ve Netflix, Amazon Prime, HBO Max gibi seç-izle platformlarının da sahneye çıkmasını sağlamıştır. Bunun yanında yapay zekanın entegre edildiği seç-izle programı yazılımları şahsa özel tavsiye ve tercihlerin üretimini de beraberinde getirmiştir. Konvansiyonel kitle iletişim araçlarının etkileşimlerinin sınırlı olması, hareket kabiliyetini sınırlaması gibi özelliklerine rağmen yakınsamanın getirdiği olanaklarla internet ortamına taşınması ile kısmen de olsa mobil cihazlar üzerinden radyo ve televizyonun farklı ortamlarda izlenebilirliğini artırmıştır. Bu durum çocuk ve gençlerin ekran sürelerinin artmasına da neden olmuştur.

Bu çalışmanın sunduğu epistemolojik veriler sayesinde akademik alanda yapılması önerilebilecek çalışmaları şu şekilde sıralayabiliriz:

1-) Çocuk ve gençlerin ekran süresinin artmasının önüne geçebilecek, zararlı içerikleri kısıtlayıp yükleyecekleri uygulamaların onaylarından geçmesini sağlayan

Google Aile Bağlantısı (Google Family Link) uygulaması konusunda Türkiye’de ebeveynlerin farkındalık düzeyi ve kullanım oranları,

2-) İngiltere’de ve Türkiye’de çocuk ve gençler için olumsuz içerikteki yayınlara uygulanan müeyyidelerin sayısı ve yıllara göre artış/azalış oranları,

3-) Türkiye’de çocuk ve gençlerin internet televizyon, internet radyo ve internet isteğe bağlı yayıncılık hizmeti sunan medya hizmet sağlayıcı kuruluşları tercihleri, hangi seç-işle hizmeti sunan yayıncıları daha çok takip ettikleri ve hangi nedenleri öne sürdükleri,

4-) Bazı ülkelerde uygulanan okul zamanında çocukların akıllı telefon, laptop gibi mobil araç kullanımının kısıtlanmasının çocuk ve gençlerin eğitim-öğretim kalitesine etkileri ve yüksek verim alınıyorsa Türkiye’de uygulama olanaklarının araştırılması,

5-) İngiltere’de medya okuryazarlığı derslerinin okullarda hangi düzeylerde verilip verilmediğinin ve etkilerinin araştırılması,

6-) İngiliz Film Tasnif Kurumu’nun sınıflandırmaya esas aldığı araştırma verilerinin incelenerek geçmişten günümüze İngiliz ebeveynlerin zararlı içerik algısındaki değişimlerin neler olduğu,

7-) Türkiye’deki yükseköğrenim öncesi medya okuryazarlığı müfredatı ile Avrupa’da uygulanan derslerin müfredatının karşılaştırılması.

Birleşik Krallık’ta çocuğun yüksek yararı kavramına devletin hizmet kurumlarınca sıkça atıfta bulunulduğu, sunulacak hizmetlerde çocuğun yüksek yararına ne kadar uygun olduğunun değerlendirilmesi gerektiği hatırlatılmaktadır. Türkiye’de de devlet kurumlarının ve yayıncı kuruluşların çocukları ilgilendiren hususlarda yapacakları eylemlerin çocuğun yüksek yararına olup olmadığını sorgulamaları çocukların her türlü zararlı ve tehlikeli durumlardan korunması adına önemli bir adım olacaktır. Çocuk ve gençlerin fiziksel, ruhsal, psikolojik gelişimlerine olumsuz etki edebilecek medya içeriklerinden korunması Birleşik Krallık düzenleyici otoritesi Ofcom’un temel endişelerinden birisidir. Ofcom çocukların televizyon, radyo ve isteğe bağlı medya hizmetlerine erişim imkânlarını ve saatlerini mevcut mevzuatın temel ölçütü olarak tasvir etmektedir. Savunmasız gruplar olarak çocukların kendileri için uygun olmayan medya tüketimlerinden korunması hususu, Ofcom’un ve BBC’nin yürüttüğü politikalar bu

çalışmada ele alınmıştır. Türkiye’de RTÜK çocuk ve gençlerin gelişimlerine olumsuz etki edebilecek yayınların önlenmesi konusunda birçok çalışmalar yürütmekte ve bu konuda toplumsal farkındalığın oluşması hususunda sık sık gündem oluşturmaya gayret etmektedir. Kitle iletişim araçlarının çeşitlendiği ve yayıncı sayısının gittikçe arttığı düşünüldüğünde, yayın ilkelerinin ortaya konulmasına ek olarak ilgili kurumların denetimi ve yayıncı kuruluşların özdenetim faaliyetinde bulunmaları, ebeveynlerin çocuk ve gençlerin zararlı yayınlardan korunması hususunda ortak hareket etmeye daha çok ihtiyacı bulunmaktadır.

Çocuk ve gençlerin zararlı yayın içeriğinden korunmasına yönelik düzenleme ve denetleme ilkeleri ile uygulamalarına yönelik Türkiye ve İngiltere'deki benzerliklerden bazıları özetlenecek olursa; her iki ülkede de ilgili kurumların bağımsız kurumlar olduğu ve reyting ve izleyicilerin beklentileri ile ilgili düzenli araştırmalar yaptırarak, ilgili kurum ve kuruluşlarla ortak çalışmalar yürüttükleri görülmektedir. Farklılıklar konusunda da şunları özetlemek mümkündür; iki ülkede de korumalı saat dilimlerinin farklı olduğu; İngiltere’de müeyyide uygulama sürecinde yayıncı kuruluşlardan savunma istendiği ve yapılan savunmaya göre yayın içeriğinde şiddet, cinsellik gibi bazı unsurlara bazı şartlar altında izin verilebildiği; İngiltere’de Ofcom’un uyguladığı para cezasını 2 yıl içinde ödemeyen veya ödemeyeceğini bildiren yayın kuruluşlarının lisanslarının iptal edildiği; RTÜK’ün medya okuryazarlığı konusunda müfredatın belirlenmesine katkı verdiği ve çeşitli kademelerdeki eğitimlerin başlatılması konusunda öncü kurum olarak hizmet verdiği; İngiltere'deki yetkili kurum olan Ofcom'un RTÜK benzeri kurum olmasının yanında posta, telekomünikasyon gibi bazı hizmetlerin yürütülmesi ve/veya denetimini de üstlendiği; BBC'nin çocukların katıldığı program yayınları öncesinde pedagoglar vasıtasıyla çocuk ve ebeveyne hizmet verdiği, Çocuk Koruma Politikası adı altında sistemli bir politika ve çalışma birimine sahip olduğu; İngiltere'de çocuğun yüksek yararının tüm kamu kurum ve kuruluşları yanında çocuğa hizmet veren özel işletmelerce de dikkate alınmasına yönelik çalışmalar yürütüldüğü; Türkiye'de koruyucu sembol sistemi ile "Haydi Çocuklar Uykuya" gibi projelerle ailelerin bilinçlendirilmesi konusunda etkin çalışmaların üretildiği; Türkiye'de Türkçenin kullanımı ve Türk kültürünün yayınlara yansıtılması konusunda bazı yasal zorunlulukların bulunduğu; 2018 yılından itibaren Türkiye'de internet üzerinden radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın

hizmeti sunan kuruluşların lisanslanmaya başlandığı ve buna karşın 2022 yılı itibariyle hâlen İngiltere'de lisanslamaya yönelik yasal düzenlemelerin devam ettiği görülmektedir.



KAYNAKÇA

- Adorno, Theodor W., *Minima Moralia*, İstanbul: Metis Yayınları, 2005.
- Aile ve Çocuk Dostu Yapım ve Dizilerin Teşvik Edilmesine Dair Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik, T.C. Resmî Gazete: 8 Mayıs 2018, Sayı: 30415.
- Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı Çocuk Hakları Daire Başkanlığı, <https://www.aile.gov.tr/chgm/teskilat-yapisi/baskanliklarimiz/cocuk-haklari-daire-baskanligi/> (Son Erişim: 08.02.2022)
- Akıllı İşaretler, RTÜK, <https://www.rtukisaretler.gov.tr>
- Akıncı, Semra ve Emrah Başer. "Reklamdan Kaçınma Bağlamında Geleneksel ve Modern Film İzleme Ortamlarının Genç İzleyiciler Üzerinden Karşılaştırılması: Netflix ve Sinema Salonları Örneği". *Erciyes İletişim Dergisi*, 7/4 (2020): 473-486. <https://doi.org/10.17680/erciyesiletisim.622176>
- Aksoy, Seyhan. "Kültür Endüstrisi Güdümünde Boş Zaman Pratiklerinde Tektipleşme: "Keyif" Etiketini ile Yapılmış Instagram Paylaşımları Üzerine Bir İnceleme". *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi (AKİL)*. 31 (Haziran 2019): 601-622. <https://doi.org/10.31123/akil.533726>
- Akyüz, Yahya. "Çocukların Televizyon Reklamlarına Karşı Korunması". *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences (JFES)*. 12/1 (1979):97-106. https://doi.org/10.1501/Egifak_00000000610
- Althusser, Louis. *İdeoloji ve Devletin İdeolojik Aygıtları*. (çev. Alp Tümertekin). İstanbul: İthaki Yayınları, 2006.
- Anadolu Ajansı, "Radyo ve Televizyon Yayın Etik İlkeleri' güncellendi", 12 Aralık 2018. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/radyo-ve-televizyon-yayin-etik-ilkeleri-guncellendi/1336270#>, (Son Erişim: 31.01.2022).
- Anadolu Ajansı, "RTÜK 'İyi Uykular Çocukları' yeniledi", 20 Aralık 2018, <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/rtuk-iyi-uykular-cocuklari-yeniledi/1343830> (Son Erişim: 31.01.2022).
- Anadolu Ajansı, "RTÜK Başkanı Şahin: Sigara görüntüsüne 397 kez müeyyide uygulandı", 08.01.2020. <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/rtuk-baskani-sahin-sigara-goruntusune-397-kez-mueyyide-uygulandi/1696191> (Son Erişim: 09.02.2022).
- Anderson, Daniel R., Heather J. Lavigne, and Katherine G. Hanson. "The educational impact of television: Understanding television's potential and limitations." *The international encyclopedia of media studies*. Vol. 5 (2012):635-656.
- Arsan, Esra ve Savaş Çoban. *Medya ve İktidar: Hegemonya, Statüko, Direniş: İnceleme*. İstanbul: Evrensel Basım Yayın, 2014.
- ASA, "The UK Code of Broadcast Advertising (The BCAP CODE)", Erişim Tarihi: 20.04.2022, <https://www.asa.org.uk/static/846f25eb-f474-47c1-ab3ff571e3db5910/BCAP-Code-full.pdf>
- Avrupa Birliği Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesi, AB Resmî Gazetesi: 18/12/2007.
- Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi, 5 Mayıs 1989, Türkiye Onayı T.C. Resmî Gazete: 12 Aralık 1993, Sayı: 21786.

- Balıkçıoğlu, Betül ve Pelin Volkan. "Sosyal Medya, Televizyon ve Akran İletişiminin Materyalizm ve Gösteriş Tüketimi Üzerindeki Etkisi: Tüketici Sosyalleşmesi Perspektifi / The Impact of Social Media, Television, and Peer Communication on Materialism and Conspicuous Consumption", *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 13/35 (2016):299-319.
- Bandura, Albert, *Social cognitive theory*. In R. Vasta (Ed.), *Annals of child development*. Vol. 6. Six theories of child development (pp. 1-60). Greenwich, CT: JAI Press, 1989.
- Barker, Alexander B., Jordan Smith, Abby Hunter, John Britton, Rachael L. Murray. "Quantifying tobacco and alcohol imagery in Netflix and Amazon prime instant video original programming accessed from the UK: a content analysis." *BMJ open* 9.2 (2019):1-5. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2018-025807>
- Başkale, Hatice. "Nitel Araştırmalarda Geçerlik, Güvenilirlik ve Örneklem Büyüklüğünün Belirlenmesi". *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Fakültesi Elektronik Dergisi*. 9/1 (2016): 23-28.
- Baydar, Nazlı, Çiğdem Kağıtçıbaşı, Aylin C. Küntay, and Fatoş Gökşen. "Effects of An Educational Television Program On Preschoolers: Variability in Benefits." *Journal of Applied Developmental Psychology*. 29/5 (2008):349-360. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.06.005>.
- British Broadcasting Corporation-BBC (İngiliz Yayın Kuruluşu), <https://www.bbc.co.uk/BBC>, "Editorial Guidelines", Erişim Tarihi: 21.04.2022, <https://www.bbc.com/editorialguidelines/commercial-services>
- BBC, "Advertising and Sponsorship Guidelines for BBC Commercial Services", Erişim Tarihi: 23.04.2022, <https://www.bbc.com/editorialguidelines/commercial-services>
- BBC News, "Netflix and Disney+ among streamers facing tighter regulation in UK", Erişim Tarihi: 28.04.2022, <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-61249056>
- BBFC, "About Classification", Erişim Tarihi: 26.04.2022, <https://www.bbfc.co.uk/about-classification>
- Berkowitz, Leonard. "The Effects of Observing Violence". *Scientific American*. 210/2 (1964):313-324.
- Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu, www.btk.gov.tr
- Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Sözleşmesi, 20 Kasım 1989. <https://www.unicef.org/turkey/çocuk-haklarına-dair-sözleşme>
- Birleşmiş Milletler Çocuk Hakları Komitesi'nin Çocuk Haklarına dair Sözleşme'ye ilişkin Genel Yorumları 2001–2006. <https://www.esithaklar.org/wp-content/uploads/2021/02/Cocuk-Haklari-Komitesi-2001-2006.pdf>
- Bölgesel Çocuk Hakları Notları Serisi: İç Anadolu Bölgesi, Medya ve Çocuk Algısı, Uluslararası Çocuk Merkezi (ICC) Yayınları. <http://www.cocugasiddetionluyoruz.net/storage/app/uploads/public/5c3/ef8/1a5/5c3ef81a5ec10105571644.pdf>
- British Board of Film Classification-BBFC (İngiliz Film Tasnif Kurumu), www.bbfc.co.uk

- Brockmann, P. E., Diaz, B., Damiani, F., Villarroel, L., Nunez, F., & Bruni, O. (2016). Impact of television on the quality of sleep in preeschool children. *Sleep Med.* 2016 (20). 140-144. <http://dx.doi.org/10.1016/j.sleep.2015.06.005>
- Bushman, Brad J. and L. Rowell Huesmann. "Short-Term and Long-Term Effects of Violent Media on Aggression in Children and Adults". *Arch Pediatr Adolesc Med.*, 160/4 (2006):348-352. <https://doi.org/10.1001/archpedi.160.4.348>
- Bülbül, Selda Hızıl. "Ergen Etiği". *Sürekli Tıp Eğitimi Dergisi.* 13/6 (2004):206-210.
- Büyüköztürk, Şener, Ebru Kılıç Çakmak, Özcan Erkan Akgün, Şirin Karadeniz ve Funda Demirel, *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Pegem Akademi, 2008.
- Canto, Johanne, *Mommy, I'm Scared: How TV and Movies Frighten Children and What We Can Do to Protect Them*. San Diego: Harcourt Brace, 1998.
- Cespedes, E. M., Gilman, M. W., Kleinman, K., Rifas-Shiman, S. L., Redline, S. & Taveras, E. M. "Television Viewing, Bedroom Television, And Sleep Duration From Infancy to Mid-Childhood". *Pediatrics.* 133/5 (2014): 1163-1171. doi:10.1542/peds.2013-3998
- Chen, Bozhi, Rob M. van Dam, Chuen Seng Tan et al., "Screen Viewing Behavior And Sleep Duration Among Children Aged 2 And Below." *BMC Public Health* 19/1 (2019):1-10. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-6385-6>
- Christakis, Dimitri A.. "The Effects of Infant Media Usage: What Do We Know And What Should We Learn?", *Acta Paediatrica.* 98/1 (2009):8-16. <https://doi.org/10.1111/j.1651-2227.2008.01027.x>
- CNN Türk, "YouTube'daki çocuk istismarı", 2 Haziran 2020. <https://www.cnnturk.com/video/turkiye/youtubedaki-cocuk-istismari-hesaplari-bakanlik-harekete-geci> (Son Erişim: 21.06.2020).
- Collins, Rebecca L., Phyllis L Ellickson, Daniel McCaffrey et al. "Early Adolescent Exposure to Alcohol Advertising and its Relationship to Underage Drinking". *The Journal of Adolescent Health.* 40/6 (2007):527-534. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2007.01.002>
- Communications Act 2003 (2003 Sayılı İletişim Kanunu), Yürürlüğe giriş Tarihi: 25 Temmuz 2003.
- Cumhurbaşkanlığı Teşkilatı Hakkında Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi, T.C. Resmî Gazete: 10.07.2018, Sayı: 30474.
- Çağlar, Bayram. "Televizyon Dizileri ve Şiddeti Özendirme İlişkisi: Prime-Time Kuşağındaki Yerli Diziler". *Türkiye İnsan Hakları ve Eşitlik Kurumu Akademik Dergisi- TİHEK Akademik Dergisi / Şiddetin Önlenmesi Özel Sayısı* (2020):131-144.
- Çaycı, Berk. "Aşırı İzlemeyle Değişen Dizi İzleme Biçimlerinin İzleyiciler Üzerindeki Etkileri". *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*, 11/2 (2021):403-423.
- Çetinkaya, Selin. "Bilinçli Medya Kullanıcıları Yaratma Sürecinde Medya Okuryazarlığının Önemi". Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, 2008.
- Çizmeci, Esra Ümit. "Televizyon Dizilerinin ve Saldırganlık Eğiliminin Siber Zorbalık Davranışı ile İlişkisi Üzerine". *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, sayı. 39 (2020): 89-104. <https://doi.org/10.30794/pausbed.649013>

- Çocuk Haklarına Dair Sözleşme, Birleşmiş Milletler, BMGK 20 Kasım 1989.
- Çocuk Koruma Kanunu, T.C. Resmî Gazete: 15.07.2005, Sayı: 25876.
- Dağlı, Özgül ve Elçin Hacıbektaşoğlu. “Televizyon Reklamlarının Çocuk-Aile İlişkisi ve Boş Zaman Kavramı Ekseninde Değerlendirilmesi”. *Üsküdar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*. 1 (2015):183-212.
- ERGA, "Protection of Minors in the Audiovisual Media Services: Trends & Practices (ERGA report)", Erişim Tarihi: 15.04.2019, <https://erga-online.eu/wp-content/uploads/2016/10/ERGA-PoM-Report-2017-wordpress.pdf>
- Ergül, Hakan, *Televizyon Haberlerinin Magazinelleşmesi*, İstanbul: İletişim Yayınları, 2000.
- Erjem, Yaşar ve Mustafa Çağlayandereli. “Televizyon ve Gençlik: Yerli Dizilerin Gençlerin Model Alma Davranışı Üzerindeki Etkisi” *Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 30/1 (2006):15-30. <https://kutuphane.dogus.edu.tr/mvt/pdf.php?pdf=0001085&lng=0>
- European Commission, *Green Paper On The Convergence Of The Telecommunications, Media And Information Technology Sectors, and The Implications For Regulation*, COM(97)623, Brussels 3 December 1997.
- Gerbner, George, Larry Gross, Michael Morgan, Nancy Signorielli, *Television's Contribution to Sex-Role Stereotypes and Public Morality: Toward A Theory of Conditional Effects*, Proposal, John and Mary R. Markle Foundation, The Annenberg School of Communications University of Pennsylvania Philadelphia, January 1981.
- Girl Scout Research Institute: *real to me: girls and reality TV*. https://www.girlscouts.org/content/dam/girlscouts-gsusa/forms-and-documents/about-girl-scouts/research/real_to_me_factsheet.pdf
- Glesne, Corrine, *Nitel Araştırmaya Giriş*. (A. Ersoy ve P. Yalçınoglu, Çev.). Ankara: Anı Yayıncılık, 2012.
- Gonçalves, Sónia, Rita Ferreira, Eva M. Conceição et al., “The Impact of Exposure to Cartoons Promoting Healthy Eating on Children's Food Preferences and Choices.” *Journal of Nutrition Education and Behavior*. 50/5 (2018): 451-457. <https://doi.org/10.1016/j.jneb.2017.12.015>.
- Görsel - İşitsel Yayıncılık Etik İlkeleri, RTÜK, <https://www.rtuk.gov.tr/yayincilik-etik-ilkeleri/3841> (Son Erişim: 31.01.2022).
- Güven, Selahattin, *Medyada Küçüklerin Korunmasına İlişkin Düzenlemeler*, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, Uzmanlık Tezi, Ekim, 2021.
- Hamer, Anouk H. den and Elly A Konijn. “Adolescents' media exposure may increase their cyberbullying behavior: a longitudinal study.” *The Journal of adolescent health: official publication of the Society for Adolescent Medicine*. 56/2 (2015):203-208. <https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2014.09.016>
- Hancox, Robert J., Barry J. Milne, and Richie Poulton. "Association of Television Viewing During Childhood with Poor Educational Achievement." *Archives of Pediatrics & Adolescent Medicine* 159/7 (2005):614-618. <https://doi.org/10.1001/archpedi.159.7.614>

- Helm, Abigail F., and Rebecca MC Spencer. "Television Use And its Effects on Sleep In Early Childhood." *Sleep health* 5/3 (2019):241-247. <https://doi.org/10.1016/j.sleh.2019.02.009>
- Herman, Edward ve Noam Chomsky, *Rızanın İmalatı, Kitle Medyasının Ekonomi Politiği*, çev: Ender Abadoğlu. 3. Baskı, İstanbul: Bgts Yayınları, 2017.
- Hobbs, Renee, "Medya Okuryazarlığı Hareketinde Yedi Büyük Tartışma", Çev. Melike Türkân Bağlı, *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37/1 (2004): 122-140. https://doi.org/10.1501/Egifak_0000000090
- Hong, Victor et al. "13 Reasons Why: Viewing patterns and perceived impact among youths at risk of suicide." *Psychiatric Services*. 70/2 (2019):107-114. <https://doi.org/10.1176/appi.ps.201800384>
- Huesmann, L. Rowell and Laurie S. Miller, *Long-Term Effects of Repeated Exposure to Media Violence In Childhood*. In: Aggressive Behavior, Boston: Springer, MA 1994.
- Information Commissioner's Office-ICO (Bilgi Komiserliği Ofisi), www.ico.org.uk
- İmik, Ünal, Turan Sager ve Perçin Demirkol. "Televizyon Çocuk Programı Müziklerinin İlköğretim Müzik Dersine Katkılarına Yönelik Görüşler". *Adıyaman Üniversitesi Journal of Social Sciences/Sosyal Bilimler Dergisi*. 7/17 (2014):321-354. <https://doi.org/10.14520/adyusbd.762>
- İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun, T.C. Resmî Gazete: 23.05.2007, Sayı: 26530.
- İspirto ve İspirto İçkiler İnhisarı Kanunu, T.C. Resmî Gazete: : 08.06.1942, Sayı: 5130.
- Janssen, Ian, Peter T. Katzmarzyk, William F. Boyce, et al., and Health Behaviour in School-Aged Children Obesity Working Group. "Comparison of overweight and obesity prevalence in school-aged youth from 34 countries and their relationships with physical activity and dietary patterns." *Obesity reviews*. 6/2 (2005):123-132. <https://doi.org/10.1111/j.1467-789X.2005.00176.x>
- Johnson, Jeffrey G., Patricia Cohen, Elizabeth M. Smailes et al. "Television Viewing And Aggressive Behavior During Adolescence And Adulthood". *Science magazine*. 295, no. 5564 (2002):2468-71. <https://doi.org/10.1126/science.1062929>
- Kaplan, Yusuf. "Geliyorum diyen felâket geldi, kapiya dayandı: Çocuklarımızı kaybediyoruz! Ey devlet, uyuma!", Yeni Şafak Gazetesi, 12 Temmuz 2021. (Son Erişim Tarihi 20 Mayıs 2022) <https://www.yenisafak.com/yazarlar/yusuf-kaplan/geliyorum-diyen-felket-geldi-kapiya-dayandi-cocuklarimizi-kaybediyoruz-ey-devlet-uyuma-2059021>
- Karacoşkun, M. Doğan. "Bireysel Ve Toplumsal Çözümde Televizyon Faktörü Üzerine Düşünceler". *Cumhuriyet Üniversitesi İlahiyat Fakültesi Dergisi*. 6/1 (2002): 227-234.
- Karınca, Mürüvvet Göksu. "Telekomünikasyonda Yakınsama Kavramı". *Ankara Barosu Dergisi*, 4 (2013):263-282. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/398134>
- Kelly, Bridget, Benny Freeman, Lesley King et al., Television Advertising, Not Viewing, is Associated With Negative Dietary Patterns in Children". *Pediatric Obesity*. 11/2 (2016):158-160. <https://doi.org/10.1111/ijpo.12057>

- Kıral, Bilgen. "Nitel Bir Veri Analizi Yöntemi Olarak Doküman Analizi". *Siirt Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 8/15 (2020):170-189. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/susbid/issue/54983/727462>
- Kocasavaş, Yıldız ve Hülya Aşkın Balcı. "Televizyon ve Reklam Dünyasında Türkçenin Durumuna Eleştirel Bir Bakış". *Türk Dünyası Araştırmaları*. 124/244 (2020): 207-216. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/1003135>
- Kuriyan, Rebecca, Swarnarekha Bhat, Tinku Thomas, et al. "Television Viewing And Sleep Associated With Overweight Among Urban And Semi-Urban South Indian Children". *Nutr Journal*. 6/25 (2007): 1-4. <https://doi.org/10.1186/1475-2891-6-25>
- Küçükleri Muzır Neşriyattan Koruma Kanunu, T.C. Resmî Gazete: 07.07.1927, Sayı: 627.
- Laugley, Dan, *Medya Çalışmaları*. İstanbul: Kalkedon Yayıncılık, 2010.
- McLuhan, Marshall, *Understanding Media, The Extensions of Man*, London and New York: Mc Graw Hill Book Company, 1964.
- McQuail, Denis ve Sven Windahl, *Kitle İletişim Modelleri*, (Çev.: Konca Yumlu), Ankara: İmge Kitabevi, 3.Baskı, 1997.
- Michael, Morgan, James Shanahan and Nancy Signorielli. "Growing up with television: Cultivation processes". *İçinde Media effects*. editörler Jennings Bryant and Mary Beth Oliver, 34-49, New York and London: Routledge, 2008.
- Miller, Carlin J., David J. Marks, Scott R. Miller et al., "Brief report: Television Viewing and Risk for Attention Problems in Preschool Children". *Journal of Pediatric Psychology*. 32/4 (2007):448-452. <https://doi.org/10.1093/jpepsy/jsl035>
- Morgan, Michael. "Television, Sex-Role Attitudes, and Sex-Role Behavior". *Journal of Early Adolescence*. 7/3 (1987): 269-282 <https://doi.org/10.1177%2F0272431687073004>
- Mutlu, Erol, *Televizyonu Anlamak*, Ankara: Ayraç Yayınları, 1991.
- Nar, Mehmet Şükrü, "Kültürel Hukuk: Geleneksel Kontrol Mekânizmaları", *TBB Dergisi*, 108 (2013): 273-290. <http://tbbdergisi.barobirlik.org.tr/m2013-108-1313>
- Neuman, William Lawrence, *Toplumsal Araştırma Yöntemleri: Nicel ve Nitel Yaklaşımlar I. Cilt* (7. Basım), İstanbul: Yayın Odası, 2014.
- Nuru, Hasanuddin, Noppawan Piaseu, Sukri Palutturi et al. "Does Television Viewing Make Children Obese? A Review". *International Journal of Research in Medical Sciences*. 4/2 (2016):343-348. <http://dx.doi.org/10.18203/2320-6012.ijrms20160281>
- Okur, Alparslan ve Gökçen Göçen. "The Effects of TV on Speech Education". *Educational Research and Reviews*. 8/2 (2013):63-68.
- Ofcom," Code on the Scheduling of Television Advertising, Rules (Part B), Erişim Tarihi: 23.04.2022, https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0014/32162/costa.pdf
- Ofcom, "Content Board", Erişim Tarihi: 20.04.2022, <https://www.Ofcom.org.uk/about-Ofcom/how-Ofcom-is-run/content-board>
- Ofcom, "Digital Radio Report", Erişim Tarihi: 20.04.2022, https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0014/108311/Digital-Radio-Report-2017.pdf

- Ofcom, “Look up TV broadcast licensees”, Erişim Tarihi: 20.04.2022, <https://www.Ofcom.org.uk/manage-your-licence/tv-broadcast-licences/current-licensees>
- Ofcom, “Statement: Review of the mandatory daytime protection rules in the Ofcom Broadcasting Code”, Erişim Tarihi: 26.04.2022, <https://www.Ofcom.org.uk/consultations-and-statements/category-2/mandatory-daytime-protection>
- Ofcom, “Section one: Protecting the under-eighteens”, Erişim Tarihi: 26.04.2022, <https://www.Ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/broadcast-codes/broadcast-code/section-one-protecting-under-eighteens>
- Ofcom, “The Office of Communications Annual Report and Accounts”, Erişim Tarihi: 20.04.2022, https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0025/221686/annual-report-2020-21.pdf
- Ofcom, “Ofcom Media Nations 2021 Report”, Erişim Tarihi: 18.04.2022, https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0023/222890/media-nations-report-2021.pdf
- Ofcom, “Ofcom in the nations and regions”, Erişim Tarihi: 20.04.2022, <https://www.Ofcom.org.uk/about-Ofcom/how-Ofcom-is-run/nations-and-regions>
- Ofcom, “Public service broadcasting (PSB)”, Erişim Tarihi: 20.04.2022, <https://www.Ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/information-for-industry/public-service-broadcasting>
- Ofcom, “Regulator archives”, Erişim Tarihi: 18.04.2022, <https://www.Ofcom.org.uk/about-Ofcom/website>
- Ofcom, “The Ofcom Broadcasting Code”, Erişim Tarihi: 20.04.2022, https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0016/132073/Broadcast-Code-Full.pdf
- Ofcom, “Video-sharing platform guidance”, Erişim Tarihi: 28.04.2022, https://www.Ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0015/226302/vsp-harms-guidance.pdf
- Ofcom, “What is the watershed?”, Erişim Tarihi: 23.04.2022, <https://www.Ofcom.org.uk/tv-radio-and-on-demand/advice-for-consumers/television/what-is-the-watershed>
- Özgen, Özlen. “Televizyon Reklamları ve Çocuk Tüketicilerin İstismarı”. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*. 14/4 (2010):23-45. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/akil/issue/48081/607920>
- Pearl, David. “Television and behavior: Ten years of scientific progress and implications for the eighties”. US Department of Health and Human Services, Public Health Service, Alcohol, Drug Abuse, and Mental Health Administration, *National Institute of Mental Health*. 1 (1982). <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED222186.pdf>
- Paice, Elisabeth, Shelley Heard, and Fiona Moss. “How important are role models in making good doctors?”. *BMJ*, 325/7366 (2002):707-710. <https://doi.org/10.1136/bmj.325.7366.707>
- Postman, Neil, *Çocukluğun Yok Oluşu*, İstanbul: İmge Kitabevi Yayınları, 1995.

- Postman, Neil, *Televizyon Öldüren Eğlence*, (Çev: Osman Akınbay), İstanbul: Ayrıntı Yayınları, 2004.
- Quadir, Seher Ersoy. “Materyalist Değer Eğiliminin Gelişiminde Tüketici Sosyalizasyonunun Rolü”. *Eğitim ve İnsani Bilimler Dergisi*. 3/6 (2012):31-50. <https://dergipark.org.tr/tr/pub/eibd/issue/22679/242184>
- Radio, Televizyon ve İsteğe Bağlı Yayınların İnternet Ortamından Sunumu Hakkında Yönetmelik, T.C. Resmî Gazete: 01 Ağustos 2019, Sayı: 30849.
- Radio ve Televizyonların Kuruluş ve Yayınları Hakkında Kanun, Kanun Numarası: 3984, T.C. Resmî Gazete: 13 Nisan 1984, Sayı: 21911.
- Radio ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun, Kanun Numarası: 6112, T.C. Resmî Gazete: 3 Mart 2011, Sayı: 27863.
- Radio ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), www.rtuk.gov.tr
- Ravikiran, SR, B. Shantharam Baliga, Animesh Jain, et al. "Factors influencing the television viewing practices of Indian children." *The Indian Journal of Pediatrics* 81/2 (2014): 114-119.
- Reklam Kurulu Yönetmeliği, T.C. Resmî Gazete: 03.07.2014, Sayı: 29049.
- Reklam Özdenetim Kurulu, www.rok.org.tr
- Rittersberger, Helga ve Kezban Çelik, *Genç Nüfusa Genel Bir Bakış*, Nüfusbilim Derneği Raporu. Birinci Basım, Ankara: Elma Teknik Basım Matbaacılık, 2016.
- Roberts, Donald, Ulla G. Foehr, Victoria J. Rideout, *Kids & Media at the New Millenium: A Comprehensive National Analysis of Children's Media Use*, Menlo Park, CA: The Henry J. Kaiser Family Foundation, 1999.
- Robinson, Thomas N., “Television Viewing And Childhood Obesity”. *Pediatric Clinics of North America*. 48/4 2001):1017-1025.
- RTÜK, “Akıllı İşaretler Örnek Kodlama Formu”, Erişim Tarihi: 27.04.2022, <https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/testSoru>
- RTÜK, “İyi Uykular Çocuklar”, Erişim Tarihi: 23.04.2022, <https://www.rtuk.gov.tr/iyi-uykular-cocuklar/227>
- RTÜK, Türkiye’de Medya Okuryazarlığı, Erişim Tarihi: 24.04.2022, https://www.medyaokuryazarligi.gov.tr/menu_goster.php?Guid=E56CE034-6CEB-41AE-A12C-B618EBEA461B&MenuId=2
- RTÜK, 6112 Sayılı Radio ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun Yürürlüğe Girdi, Erişim Tarihi:21.02.2022, <https://www.rtuk.gov.tr/6112-sayili-radio-ve-televizyonlarin-kurulus-ve-yayin-hizmetleri-hakkinda-kanun-yururluge-girdi/2636>
- Sağlık Bakanlığı ve Bağlı Kuruluşlarının Teşkilat ve Görevleri Hakkında Kanun Hükmünde Kararname, T.C. Resmî Gazete: 02.11.2011, Sayı: 28103 (Mükerrer).
- Salmanlı, Selman. İsteğe Bağlı Yayın Hizmetlerinde Ebeveyn Kontrolü Uygulamaları. Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi. RTÜK. 2022.
- Sarı, Engin, “Türkiye’de Medya Okuryazarlığı Eğitimi ve Nefret Söylemi”, *İletişim Araştırmaları*, 13/2 (2015): 33-66. https://doi.org/10.1501/Iltaras_00000000163
- Sarı, Ümit. “Kitle Kültürü ve Popüler Kültür Bağlamında, Kitle İletişim Araçlarının Kitle Kültürüne Etkileri: Örnek Olarak Popstar Türkiye Yarışması”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: İstanbul Üniversitesi, 2006.

- Signorielli, Nancy. "Marital Status In Television Drama: A Case Of Reduced Options". *Journal of Broadcasting*. 26/2 (1982):585-597. <https://doi.org/10.1080/08838158209364027>
- Solak, Bahadır Burak. "Televizyon Reklamlarında Ünlü Kullanımının Satın Alma Davranışı Üzerine Etkisi: Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğrencilerine Yönelik Araştırma". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-GİFDER)*. 4/1 (2016):253-278. <https://doi.org/10.19145/guifd.84587>
- Soydan, Ersoy ve Nuray Alpaslan. "Medyanın Doğal Afetlerdeki İşlevi". *Istanbul Journal of Social Sciences*, 7 (2014):53-64.
- Söğüt, Fatih. "Blu TV Netflix'e Karşı: İçeriklere Yönelik Bir Karşılaştırma". *The Turkish Online Journal of Design Art and Communication*. 10/4 (2020):408-422. DOI NO: 10.7456/11004100/006
- Story, Mary and Patricia Faulkner. "The Prime Time Diet: A Content Analysis of Eating Behavior And Food Messages In Television Program Content And Commercials". *American Journal of Public Health*. 80/6 (1990):738-740. doi: 10.2105/ajph.80.6.738
- Sümer, Neslihan, "Bir Kültür Ürünü Olarak Hukuk", *Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Dergisi*, 38/1-2 (1998): 313-321. <http://dtcfdergisi.ankara.edu.tr/index.php/dtcf/article/view/2764/1933>
- Şener, Sinan, Volkan Bahçeci, Hümeysra Doğru vd. "Turizm Alanındaki Nitel Araştırmaların Güvenirlilik ve Geçerlik Ölçütleri Kapsamında Değerlendirilmesi". *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*. 28/1 (2017): 7-26.
- Tailaiti, Taximaimaiti, Dijital Medya ve Kültür Endüstrisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul 2018.
- Takeuchi Hikaru, et al. "The impact of television viewing on brain structures: cross-sectional and longitudinal analyses." *Cerebral Cortex* 25/5 (2015): 1188–1197. <https://doi.org/10.1093/cercor/bht315>
- The Advertising Standards Authority-ASA (Reklam Standartları Kurumu), Erişim Tarihi:23.04.2022, <https://www.asa.org.uk/codes-and-rulings.html>
- Thoman, Elizabeth. "Media, Technology and Culture: Re-Imagining the American Dream". *Bulletin of Science, Technology & Society*. 13/1 (1993a):20-27. <https://doi.org/10.1177/027046769301300104>
- Thoman, Elizabeth, *Safeguarding Our Youth: Violence Prevention for Our Nation's Children*, U.S. Department of Education, Washington, DC 1993b.
- Ticari Reklam ve Haksız Ticari Uygulamalar Yönetmeliği, T.C. Resmî Gazete: 10.01.2015, Sayı: 29232.
- Tokgöz, Oya. "Televizyon Reklamları ve Çocuklar". *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*. 34/1 (1979):93-110.
- Tombul, Işıl, Kültürel Yozlaşmanın Göstergesi Olarak Televizyonda Dilin Kullanımı: Televizyon Sunucuları Örneği, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir 2006.
- Tombul, Işıl. "Dil Değişimi ve Televizyon Sunucularının Dil Kullanımı". *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 7/1 (2019):483-507. <https://doi.org/10.19145/e-gifder.436891>
- Toplum Gönüllüleri Vakfı, *Gençler ve Anayasa*, 2012. Erişim Adresi: www.tog.org.tr.

- Tracy, Sarah J., *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact*. John Wiley & Sons, 2013.
- Treske, Gülden, “Medya Okuryazarlığı: Neden Gerekli”, İçinde *Medya Okuryazarlığı*, (Ed.) Nurçay Türkoğlu, Melda Cınman Şimşek, İstanbul: Kalemus Yayınları, 2007.
- TRT Haber, “TRT 8. Uluslararası Çocuk Medyası Konferansı'na rekor katılım”, 12 Aralık 2019. <https://www.trthaber.com/haber/turkiye/trt-8-uluslararasi-cocuk-medyasi-konferansina-rekor-katilim-446270.html> (Son Erişim: 09.02.2022).
- TRT Haber, “Çocuk Dostu Yayıncılık Çalıştayı Ankara'da düzenlendi”, 11 Ocak 2022, <https://www.trthaber.com/haber/gundem/cocuk-dostu-yayincilik-calistayi-ankarada-duzenlendi-644216.html> (Son Erişim: 04.02.2022).
- Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, T.C. Resmî Gazete: 28.11.2013, Sayı: 28835.
- Türk Ceza Kanunu, T.C. Resmî Gazete: 12.10.2004, Sayı: 25611.
- Türkiye’de Çocukların Medya Kullanma Alışkanlıkları Araştırması* (2013). Ankara: RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı. Erişim Adresi: www.rtuk.gov.tr. Erişim Tarihi: 01.06.2020.
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasası, T.C. Resmî Gazete, 18 Ekim 1982, Sayı: 2709.
- Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu, T.C. Resmî Gazete: 11.11.1983, Sayı: 18221.
- Yayın Hizmeti Usul ve Esasları Hakkında Yönetmelik, T.C. Resmî Gazete, 2 Kasım 2011, Sayı: 28103.
- Tütün Ürünlerinin Zararlarının Önlenmesi ve Kontrolü Hakkında Kanun T.C. Resmî Gazete: 07.11.1996, Sayı: 22829.
- Yörükoğlu, Atalay, *Gençlik Çağı Ruh Sağlığı ve Ruhsal Sorunlar*, 8. Baskı, İstanbul: Özgür Yayınları, 1993.
- Ulusal Gençlik ve Spor Politika Belgesi, s.24. https://gsb.gov.tr/dosyalar/mevzuatlar/ulusal_genclik_ve_spor_politikasi.pdf (Son Erişim: 09.02.2022).
- Zimmerman, Frederick, Dimitri A. Christakis. “Children's Television Viewing And Cognitive Outcomes: A Longitudinal Analysis Of National Data”. *Arch Pediatr Adolesc Med.* 159/7 (2005): 619-625. <https://doi.org/10.1001/archpedi.159.7.619>
- Zimmerman, Firederick J., & Janice Bell. “Associations of Television Content Type and Obesity in Children”. *American Journal of Public Health.* 100/2 (2010):334-340. doi: 10.2105/AJPH.2008.155119
- Zorlu, Havva, “RTÜK, Yakında Yayınlanacak ‘Çocuk Dostu Yayıncılık İlke Rehberini’ Duyurdu”, 11 Ocak, 2022. <https://www.webtekno.com/rtuk-cocuk-dostu-yayincilik-ilke-rehberini-duyurdu-h119533.html> (Son Erişim: 05.02.2022).