

TELEVİZYONLARIN VE DİJİTAL MEDYANIN ETKİLERİ VE KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI (E-KİTAP)



Yazar: Abdullah ÇAVUŞ

ANKARA/MAYIS 2023

SUNUŞ

Çalışma hayatına 1990 yılında Vergi Müfettişi olarak başladım.

Daha sonra Vergi Müfettişleri arasında yapılan sınavda başarı göstererek Mali Suçları Araştırma Kurulu Uzmanı oldum.

57.ci hkmette Denizcilikten Sorumlu Devlet Bakanı Sayın Ramazan Mirzaoğlu'nun danışmanlığı ve özel kalem müdürlüğü görevlerinde bulundum.

Bu görevim esnasında Denizcilik Müsteşarlığı ve TSE Teftiş Kurullarının kurulması görevlerinde aktif olarak çalıştım. Bu çalışmalarım Devlet bakanı Sayın Ramazan Mirzaoğlu tarafından TAKDİRNAME ile ödüllendirildi.

2018 yılında TRT de başlayan büyük dönüşüm ve yeniden yapılanma sürecinde TRT ye Genel Müdürlük Uzmanı olarak naklen atandım.

Bu süreçte iki farklı dair olarak faaliyet göstermekte olan Muhasebe ve Mali İşler Dairesi Başkanlığı ile Hasılat Dairesi Başkanlıklarının tek çatı altında birleşmesinde aktif görev aldım.

Yeni kurulan Muhasebe ve Finansman Dairesi Başkanlığında nce Hasılat Müdürü ve akabinde ise hasılat Müdürlüğü ve Bütçe Müdürlüğünden Sorumlu Başkan Yardımcısı olarak görev yaptım.

TRT gelirlerinin artırılması konusunda onlarca projeye imza attım.

Bunların başında TRT MALİ DENETÇİLİK biriminin kurulması gelmektedir.

Maliye Bakanlığı Vergi Mfettişlerinden naklen 19 kişinin Mali Denetçi ve bir kişinin ise Müdür olarak atanması suretiyle münhasıran TRT gelirleri ile ilgili çalışacak olan denetim birimin kurulmasını sağladım.

Bu birim şahsımın başkanlığına bağlı çalıştı.

Keza MALİ DENETÇİ'LERİN eğitimleri de bizzat tarafımdan verildi.

TRT Hasılat Müdürlüğü Personelinin mali mevzuat konularında eğitimleri konularında yaklaşık 10 ayrı eğitim verdim.

Eğitim çıktıları ve sunumları tarafımda mevcuttur.

Yaptığımız kurumsal çalışmalar, eğitimler, mevzuat düzenlemeleri TRT Genel Müdürlüğüne başarılı bulunarak bir çok defalar ödüllendirildim.

- 1- 22.03.2010 tarih ve 2010/15 sayılı TAKDİRNAME
- 2- 08.12.2011 tarih VE 2011/103 sayılı TAKDİRNAME
- 3- 22.03.2010 tarihinde MAAŞ ÖDÜLÜ
- 4- 08.12.2011 tarihinde MAAŞ ÖDÜLÜ

Mali mevzuat konusunda tamamı sınavlarla alınmış olan aşağıdaki ruhsat ve belgelere sahibim.

- 1- TÜRMOB SMMM RUHSATI
- 2- KGK BAĞIMSIZ DENETÇİ RUHSATI
- 3- BİLİRKİŞİLİK BELGESİ
- 4- KONKORDATO KOMİSERLİĞİ BELGESİ
- 5- UZLAŞTIRMACILIK BELGESİ

Bugüne kadar KGK zorunlu hizmet içi eğitimleri ve ASMMO eğitimleri olmak üzere 50 ye yakın Mali Mevzuat eğitimine katıldım.

Bunlara ilişkin katılım sertifika ve belgeleri tarımda mevcuttur.

Eğitim durumum ve diplomalarım aşağıdaki gibidir.

- 1- Uludağ Üniversitesi İİBF kamu Yönetimi Bölümü (1987)
- 2- Milli Güvenlik Akademisi (2000)
- 3- Yıldırım Beyazıt Üniversitesi Uluslararası Finansal raporlama ve Denetim Yüksek Lisans (2014)
- 4- Açık Öğretim Fakültesi Yerel Yönetimler Bölümü (2022)

TRT ile ilgili olarak ;

- 1- 3093 sayılı TRT Gelirleri Kanunu ve uygulamaları
- 2- TRT Mali Mevzuatı
- 3- Televizyonların Etkileri
- 4- Dijital ve Sosyal Medya

Konularında 100 civarında makalem bulunmaktadır.

Bu makalem ve diğer konulardaki bir çok makalem kişisel web sitemde ve sosyal medya hesaplarımda yayınlanmıştır. (www.abdullahcaavus.com.tr)

İş bu alışmamızda Televizyonların etkileri ve Türkiye’de ve Dünyada Kamu Hizmeti Yayıncılığı ve TRT konulu yayınlanmış makalelerimizi E-KİTAP bilgilerinize sunmaktayız.

Devamında ise 3093 sayılı TRT Gelirleri kanunu konusunda tarafımızdan yazılmış olan 75 civarı makale E-KİTAP haline getirilecektir.

Abdullah ÇAVUŞ

TRT Strateji Uzmanı

İletişim: abdullahcavus4040@gmail.com

0 536 783 11 11

İÇİNDEKİLER

1. ELEKTRONİK ÇOCUK BAKICISI OLARAK TELEVİZYONLAR
2. TELEVİZYONLARDA SUBNİMİNAL MESAJLAR
3. TELEVİZYON DİZİLERİ VE YAYINLARI MİLLİ DEĞERLERİMİZİ YOZLAŞTIRIYOR...!
4. TELEVİZYON YAYINLARININ ÇOCUK EĞİTİMİNE OLAN ETKİSİ MİLLİ BEKA SORUNU HALİNE GELMİŞTİR
5. TELEVİZYONLARIN – SOSYAL MEDYANIN ETKİLERİ VE TRT’NİN ÖNEMİ
6. MAFYANIN İYİSİ OLURMU? TELEVİZYONLARDA İYİ MAFYA DİZİLERİ ŞİDDETİ İÇSELLEŞTİRMEMİZE NEDEN OLUYOR
7. KADINA YÖNELİK ARTAN ŞİDDET VE TELEVİZYON DİZİLERİLERİNİN ETKİLERİ
8. BİR ÇOCUĞUN RTÜK’E "LÜTFEN DİZİYİ BİTİRİN, BABAM ANNEME AYNISINI YAPAMASIN!" DİYEREK ŞİKAYETİ
9. YENİ MEDYA /DİJİTAL MEDYA
10. DİKKAT...! İNTERNET OYUNLARI YOLUYLA İSTİHBARAT TOPLANIYOR
11. DİKKAT MAVİ BALİNA OYUNU ÖLÜM SAÇIYOR...!
12. İNTERNET OYUNLARININ BAĞIMLILIK YAPAN OLUMSUZ ETKİLERİ
13. DİJİTAL OBURLUK VE DİJİTAL DİYET
14. XYZ KUŞAĞI DERKEN C KUŞAĞI HAYIRLI OLSUN...!
15. PEPEE ÇİZGİ FİLM KARAKTERİ VE ÇOCUKLAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ
16. TRT AVAZ KANALI VE TÜRK DÜNYASI İLE İLETİŞİMİN ÖNEMİ
17. RTÜK 2018 YILI TELEVİZYON İZLEME EĞİLİMLERİ ARAŞTIRMA SONUÇLARI

18. KAMU, KAMUSAL ALAN, KAMU KURUMU, KAMU HİZMETİ, KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI KAVRAMLARI

19. KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI TANIMI, FİNANSMANI VE TRT TV/RADYO KANALLARI

20. YASALARLA TRT'YE VERİLEN GÖREVLER VE TRT YAYIN İLKELERİ

21. AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TRT BENZERİ KURULUŞLARIN FİNANSMANI NASILDIR?

ELEKTRONİK ÇOCUK BAKICISI OLARAK TELEVİZYONLAR

YAZAR: ABDULLAH ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

Günümüzde annelerin “**ELEKTRONİK BAKICI**” olarak gördükleri televizyonlar çocuklarımızın ve ülkemizin geleceği için büyük riskler taşımaktadır. Özellikle gündüzleri ev işi yapmakta olan Annelerimiz, çocuk eğitimi ve çocuk yetiştirme gibi zorunlu, bir o kadar da ulvî görevlerini “**ELEKTRONİK BAKICI**” olarak tanımlanan televizyona devretmişlerdir.

Hafta sonu gittiğimiz küçük çocuklu aile ziyaretinde 3 yaşındaki bir çocuk bir televizyon kanalında oynayan çizgi filmi izlemekte iken annesinin bizlerle sohbet edebilmek için televizyonu kapatması üzerine çocuğun kesilmeyen ağlamasına ve şiddet davranışlarına şahit olduk. Bunun üzerine annesi çocuğa cep telefonundan izlemekte olduğu çizgi filmi açmak zorunda kaldı.

Televizyonların çocuklar üzerinde yaptığı etkilere ilişkin dostlar ve arkadaşlarımız yaşanan bu olaydan hareketle yaptığımız değerlendirme ve sohbetlerde ise olumlu başka bir örnekle karşılaştım.

Bu örnekte ise; Biri diğerine göre daha muhafazakâr bir aile yapısında annenin dini bayramlarda tatil yapmayı tercih ettiği bununla birlikte babanın ise aile büyükleri ile vakit geçirmeyi tercih ettiğini buna rağmen annenin baskın karakteri sayesinde dini bayramların tatil yörelerinde geçirildiğini öğrendim. Bu durum 5 yaşındaki küçük kızlarının o zamanlar TRT ÇOCUK Kanalında yayınlanan PEPE isimindeki çizgi film karakterinin dini bayramlarla ilgili bölümüne kadar böyle devam etmiş, anılan çizgi filmde PEPE'nin bayramlarda büyüklerin ellerinden öpülmesi gerektiği ve bayramların büyüklerin yanında geçirilmesi yönündeki telkinlerinden küçük kızın aşırı derece etkilenmesi üzerine küçük kızlarının talebi ile o bayramı aileleriyle birlikte geçirdiklerini öğrendim.

İlkokul çağındaki erkek çocuklarımız kendilerini televizyonlarda gördükleri Süpermen, Batman, Örümcek Adam, He-Man ve Voltran gibi süper kahramanların yerine koymakta, onların elbiselerini giymekte ve onların davranışlarını sergilemeye çalışmaktadırlar. Kendi aralarındaki oyunlarda bile bu karakterleri canlandırmaktadırlar.

İlkokul çağındaki Kız çocuklarımız ise Barby, Şeker Kız Candy, Heidi, Polyanna ve Şirine karakterlerinin yerine koymakta elbiselerini giymekte ve onların davranışlarını sergilemeye çalışmaktadırlar.

Televizyonun günümüz toplumunda en fazla etkilediği hatta bağımlılık yaptığı kesimlerin başında küçük çocuklar gelmektedir.

Bununla birlikte televizyonlarımızdaki Kurtlar Vadisi furyası ile başlayan mafya dizileri de lise çağındaki gençlerimiz üzerinde oldukça ciddi şekilde etkilendiği görülmektedir. Nitekim bir gazete haberinde Çukur isimli mafya dizindeki oyuncuların DÖVME'lerini yaptıran 12-20 yaş arası 3 serserinin sokakta 6 çocuğun telefon ve parasını gasp ettiği ve şikâyet üzerine yakalandıkları gazete haberlerine yansımış durumdadır.

25. Kare ve diğer subliminal mesajlar içeren görüntülere, seslere sahip olan çizgi filmler ve diziler yoluyla gönderilen farklı frekanslar ve bilinçaltı ile görülebilen görüntüler sayesinde beyni etkileme teknikleri, ipnoz yöntemleri ile çocukların düşünce dünyasının, inanç dünyasının kontrol altına alınması, tüketim alışkanlıklarının değiştirilmesinin mümkün hale geldiği günümüzde annelerin "ELEKTRONİK BAKICI" olarak gördükleri televizyonlar çocuklarımızın ve ülkemizin geleceği için büyük riskler taşımaktadır.

Anne babalar, çocuk eğitimi ve çocuk yetiştirme gibi zorunlu, bir o kadar da ulvî görevlerini 'elektronik bakıcı' olarak tanımlanan televizyona devretmişlerdir. Toplumsal bir fenomen olarak ele alınan ve bugün olası sonuçları irdelenen bu tür bir ebeveyn yaklaşımının, acı ve trajik ürünlerini insanlık yakın bir süreçte almaya başlayacak gibi görünüyor. Tertemiz dimağlara sahip çocuklarımızı ayağımıza dolanmasın, bizleri 'meşgul' etmesinler diye ekran karşısına teslim ediyoruz.

Günümüzde çocuklar artık çok erken yaşlardan itibaren medya araçlarını kullanmayı öğrenmekte, zamanlarının çoğunu internet ve televizyon başında geçirmekte böylece medya teknolojileri ile içli dışlı bir hayat yaşamaktadırlar. Bu dünyada yeni çocuk için "televizyon çocuğu" ve "bilgisayar çocuğu" nitelendirmeleri kullanılmaya başlanmıştır.

Son olarak hafta sonu gittiğimiz ülkemizin en popüler oyuncularının yer aldığı ve büyük ilgi görmekte olan dolandırıcılık ve mafya içerikli sinema filmindeki argo içeren küfürlerinde çocuklarımız ve gençlerimiz tarafından günlük yaşantımız esnasında en ilgisiz konular arasında bile kullanıldıklarını görmüş bulunmaktayım.

Sonuç Yüce Türk Milletinin geleceği olan olarak çocuklarımızın ve gençlerimizin etkileşim içinde bulunduğu televizyon ve sinemalardaki dizi filmler, çizgi filmler sinema filmleri konusunda Kültür ve Turizm Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı ve RTÜK'e çok önemli görevler düşmektedir.

Keza TRT'nin özel sektörün reyting ve reklam beklentisi nedeniyle ilgi göstermediği milli ve manevi içerikli dizi, film ve çizgi filmler konusunda daha çok çalışma yapması gereği ortaya çıkmaktadır.

TELEVİZYONLARDA SUBNİMİNAL MESAJLAR

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

Televizyon yayıncılığı başladığından itibaren yayıncılık faaliyeti, yönetenler tarafından yönetilenlere kendi mesajlarını iletmek üzere, çok önemli bir araç olarak kullanılmaya başlamıştır.

Hakim güç unsurlarının mesaj iletme kaygısı, sadece egemenlik alanı ile de sınırlı kalmamış, dış dünyaya da bu mesajlarını vermek istemişlerdir.

Bir insanı en iyi şekilde yönlendirmenin en etkili yollarından birisi kişinin bilinçaltına mesajlar yollayarak yaptırmaktır.

Bilinçaltı mesajları ya da toplum içerisinde bilinen ismiyle subliminal mesaj, anlatılmak ve yönlendirilmek istenilen olayı başka bir objenin içerisine bir işaret ya da yazılı olarak gizlenmesidir.

Şuuraltını etkilemeyi hedefleyen mesajlara “subliminal” adı verilmektedir. Genel olarak “şuuraltına yönelik gizli mesajlar olarak ifade edebiliriz. Kişinin şuuraltına “subliminal” mesaj göndermenin birçok yolu bulunuyor.

Bunlardan en çok kullanılanları aşağıdaki gibidir.

1. Dijital ses dosyalarına gizlenen işitsel mesajlar.
2. Gözle algılanamayacak kadar kısa süreyle ve sık patlayan flaşlar şeklinde sinema ya da televizyon görüntüsü yoluyla şuur-altına itilen 25. kareler.
3. Reklam afişleri, logoları ve benzeri nitelikteki görsel malzemenin içine saklanmış şekil, kelime ve rakamlar.
4. Sanal reklamlar

Bu yöntem; bir ürünün reklâmını yapmaktan, bir inancın ya da görüşün propagandasını yapmaya, psikolojik savaşa, uluslararası ilişkilere, yanıltıcı bilgilendirmeye kadar varan geniş bir yelpazede kullanılmaktadır.

Subliminal Mesajlar; görsel ve işitsel olarak (şuurlu) algılananlar değil; şuur-altı seviyesinde algılanan söz, resim, görüntü ve şekillerden oluşur.

1- 25.KARE TEKNIĞİ:

Sinemada her bir saniye 24 kare resimden oluşmaktadır. Bahsettiğimiz 25. kare de, bu 24 kareden oluşması gereken görüntülere 25. karenin eklenmesidir. Bu görüntüler genellikle görülmez/farkedilmez, görülsede bilinçaltında kalmaktadır. Evlerimizde çocuklarımız ve ailemizle izlediğimiz film ve dizilerde bu gizli mesajlar bilinçaltımıza işlenmektedir.

James Vicary adlı reklamcılık uzmanı, sinema salonlarında yaptığı bir deney sonucu patlamış mısır ve kola satışlarının arttığını iddia etti. Bu deneyde film perdede oynarken, saliselik görüntüler hâlinde gözle görülemeyen gizli kareler ve gizli mesajlarda : “patlamış mısır ye” ve “kola iç” sloganları çıkıyordu. Seyirci bu sloganları bilinçle algılayamadığı hâlde, bilinçaltına hitap eden bu sloganlar neticesinde kola satışlarının yüzde 18.1 patlamış mısır satışlarının ise yüzde 57.7 arttığı görüldü.

Bu şekilde, bilinç-altına yönelmenin reklamın etkinliğini artırmada daha işlevsel olduğu görülmüştür. İşte o gün bugündür uygulanan 25. kareler sadece bir insanı ya da bir topluluğu değil; bütün insanlığı tehdit etmektedir.

Bu mesajlarla en kolay çocukları etki altına alacaklarını bildikleri için sübliminal mesajlar en çok çizgi filmlerde ve reklam filmlerinde kullanılmaktadır. Mesajlarda en çok ürünlerin satışlarını arttırmaya odaklı semboller, logolar, simgeler ve masonik öğeler kullanılıyor.

Yeni yetişen neslin bilinç altına bu mesajları gün içerisinde onların en çok vakit geçirdiği ve vakit geçirmekten zevk aldığı mecralara yerleştirerek işlemek istiyorlar.

İnsanlar, 25. kare tekniğini kullanarak kişinin bilinçaltına kendi isteğinin dışında hayatına, fikirlerine ve düşüncelerine yön verebileceğinden, TBMM'de 15 Şubat 2011 tarihinde kabul edilen 6112 Sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun'un 9.maddesinin 2.fıkrası gereği "Ticarî iletişimde bilinçaltı teknikleri kullanılamaz." maddesi ile bu tekniğin kullanımını yasaklamıştır.

2- DİJİTAL SES DOSYALARINA GİZLENEN İŞİTSEL MESAJLAR:

8-12 hertz dalga boyundaki Subliminal mesaj içeren bir MP3'ü kulağınızla dinlersiniz, ancak içindeki gizli-mesajı beyniniz dinler. Bu esnada kulağınız hiçbir şey duymaz. İnternette ve paylaşım programlarında şuurlu mesajları içeren MP3 dosyaları bulunmaktadır. Hatta bu gizli mesajları frekans aralıklarına göre analiz ederek ortaya çıkartan yazılımlar dahi vardır.

İnsan kulağı sâdece belirli titreşim sıklığı aralıklarındaki sesleri duyabilir. Eğer siz bir müzik parçasını rahatça duyabiliyorsanız, bu sizin duyabileceğiniz titreşim aralığında olduğunu gösterir.

İnsan beyninin algısı ise, bundan daha düşük ya da daha yüksek frekansları algılayabilecek kapasitededir. Dikkat ediniz: "duyabilecek" demiyoruz, algılayabilecek diyoruz. Yani, kulağımız ancak belirli bir titreşim aralığındaki sesleri duyabilir. Fakat beynimiz bu aralığın çok daha ötesindeki sesleri algılar, hisseder.

Mesela, en korkunç uygulamalardan sadece biri: “Amerika, Irak’ı işgal etmeden önce bir yıl boyunca (daha fazla da olabilir) Irak radyolarında Kur’an yayınının altından, çok düşük bir titreşimde, kulakla duyulmayan, ancak dimağla algılanarak Iraklıların şuur-altına gönderilen: “Direnmeniz faydasız” gibi mesajlar verilmiş ve bir ülke işte bu şekilde şuuraltı mesajlar ile işgale hazır edilmiştir.

Son olarak izlenen çizgi film veya dizilerin içinde bazı ürünler sanal reklam şeklinde yerleştirilmektedir.

3-SANAL REKLAMLAR:

Ticaret Bakanlığı sanal reklamı aşağıdaki şekilde tanımlamaktadır.

Sanal reklam"; ***hukûken kullanımı meşru görüntülerin, canlı veya banttan bilgisayar marifeti ile manipülasyonu ve söz konusu görüntülerde yer alan muhtelif unsurları reklam amacı ile, halihazırda kullanılan veya ileride geliştirilecek teknolojiler vasıtasıyla oyun sahası ve çevresi üzerine düşürülen tüm görüntüleridir.***

Televizyonda izlediğimiz pek çok dizide ya da filmde ya marka yerleştirme ya da sanal reklam uygulamaları ile karşılaşyoruz. Bir dönem gişe rekorları kıran “Kurtlar Vadisi Irak” filmi hatırlayın. Film başlarken “Bu filmde sanal reklam uygulaması yapılmaktadır” uyarısı vardı. Ekranda bir ovada yol alan otomobili izlerken birden bir mimarlık firmasının reklam tabelası ve bir apartman beliriveriyor. Kerpiç evlerin üstüne getirilmek istenmiş ama başarılı olunamadığı için ortalık yerde duran uydu antenleri reklamları ve uyarı tabelalarının altında belirveren markalar çıkabilmektedir.

Bu işi yapanlar insanı ve insanın yaratılışını çok iyi biliyorlar. 1900'lü yıllara kadar uzanan bir geçmişi var bu tür çalışmaların.

Psikolog ve psikanalistlerin insanla ilgili uyguladıkları, gözlemledikleri ve deneylerle ortaya koydukları bilgi ve bulgulardan yola çıkarak "İnsanı nasıl etkileyebiliriz" sorusuna cevap aradılar.

İlk başta ticarî hedefler ve büyük şirketlerin mallarını halka pazarlamanın bir yolu olarak gördüler bu şuur-altı telkinleri.

Daha sonra ise bu taktiği öğrenen her kişi ve her yapımcı kendi niyet, inanç ve ideolojisine göre vermek istediği mesajları bu yolla insanlara zerk etmeye başladılar.

TELEVİZYON DİZİLERİ VE YAYINLARI MİLLİ DEĞERLERİMİZİ YOZLAŞTIRIYOR...!

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

Ülkemizde yayında bulunan televizyon kanallarının yayınlarını incelediğimizde hemen hemen hepsinde benzer içerikli yayınlar yapıldığı görülmektedir. Program ve kanal ismi vermeden içerik bazında değerlendirme yaptığımızda televizyonlar yayınlarını aşağıdaki başlıklar halinde gerçekleştirmektedirler.

- 1- Aşk ve ihanet içerikli diziler
- 2- Mafya Dizileri
- 3- Aşiret dizileri
- 4- Terörle Mücadele İçerikli Diziler
- 5- Müzik Yarışmaları
- 6- Yetenek Yarışmaları
- 7- Bilgi Yarışmaları
- 8- Sağlık Programları
- 9- Dini İçerikli programlar
- 10- Kayıp Arama Programları
- 11- Aile içi Geçimsizlik İçeren Programlar
- 12- Yabancı Sinema Kuşakları
- 13- Eski Türk Filmleri
- 14- Polisiye Diziler
- 15- Gece hayatlarının anlatıldığı magazin programları

Mafya dizileri ile şiddeti içselleştirmekteyiz. Silah Ticareti Yapanlar İYİ MAFYA uyuşturucu satanlar kötü mafya olarak lanse edilmekte ve toplumda İYİ MAFYAYA karşı sempati oluşturulması sağlanmaktadır.

Özellikle gecekondü bölgelerimizdeki gençlerimiz bir zamanlar kendilerini bu mafya karakterleri ile özleştirmişler ve onlar gibi giyinmeye ve onların jargonundan konuşmaya başlamışlardır.

Hatta bazı MAFYA kahramanları dizilerde rol icabı öldüklerinde hayranları GIYABI CENAZE NAMAZI kılmışlardır.

Aşk ve ihanet kokan diziler ise ülkemize yabancı dizilerden DALLAS dizisi ile başlamış, YALAN RÜZGARLARI ile devam etmiş ve Pembe Dizi serileriyle sürmekte olan dizilerdir.

Bu diziler Türk Milletinin Milli ve Manevi Değerleri üzerinde adım adım ciddi tahribatlar yapmışlardır.

Yabancılar yapar da bizim televizyonlar bu tür dizi yapmaz mı?

Ötesini bile yaptılar. Yerli dizilerimizde de alkol kullanımı, sigara kullanımı yakın akrabalar arasında aşk ve evlilik ihanetleri, evlere ayakkabı ile girmeler ve evlerin salonlarında İÇKİ BARLARI gözlerimizin içine içine sokuldu.

Şimdilerde ise sabah kuşaklarındaki sağlık programları moda oldu. Vatandaşlarımız doktora gitmek yerine bu programlardan hareketle sağlıkları için tedbirler almakta hatta ilaçlar kullanmaya başlamaktadırlar.

Hele hele her televizyonda bitkisel tedavi hapları veya ilaçları reklamları hiç eksik olmamaktadır.

Bu olumsuz etkileri saymakla bitirmemiz mümkün değildir.

İnsanların tutumlarını, davranışlarını, inançlarını etkileyen en temel unsur; ailesinde, toplumsal yapı içerisinde ve okulda aldığı eğitimlerle kazandığı değerlerdir. Toplumların kendilerine has kültürel tutum, davranış ve inançları sonucunda milli kültürleri oluşmakta ve milli kültür bağlamında milli ve manevi değerleri meydana çıkmaktadır.

Değerler, aileden, okul eğitiminden, yakın çevreden, yazılı ve görsel materyallerden taklit ya da model alma yolu ile öğrenilmektedir.

Değerler üzerinde araştırma yapan yabancı bilim adamları değerleri 6 kategoriye ayırmışlardır. Bunlar;

1-Ekonomik Değerler

2-Sosyal Değerler

3-Politik Değerler

4-Dinsel Değerler

5-Estetik Değerler

6-Teorik Değerler

Her ulusun olduğu gibi Türklerin de iyisi-kötüsü, güzeli-çirkini ve niçin yaşanacağı ve niçin ölüneceğini gösteren değerleri vardır.

Prof. Mahmut Tezcan Türk Milli Değerlerini

1- Aile

2- Eğitsel,

3-Ekonomik,

4-Dinsel,

5-Siyasal

6- Boş zamanlar değerleri

Olmak üzere 6 kısma ayırmıştır.

Ahiliğin yazılı kaynaklarından olan Fütüvvetnamelerde Türk ahlaki değerleri şöyle sıralanmıştır;

“Doğruluk, cömertlik, dostluk, sadakat, kanaat, takva, tefekkür, vefa, ilim, amel, sabır, ihlas, sır saklamak, yalan söylememek, zina yapmamak, hırsızlık etmemek, hoca ve büyüklere saygı, insaf etmek, ayıbı örtmek, çığ söz söylememek, kötü söze cevap vermemek, herkese iyilik yapmak, misafir sevmek, din farkı gözetmeden bütün insanları sevmek, herkesi bir görüp, kendini herkesten aşağı görmek”

Milli ve manevi değerler bir toplumu bir arada tutan en önemli unsurdur. Milli değerlerini koruyup yeni nesle doğru şekilde aktarmayı başarabilen milletler bekasını korumada ve küreselleşen dünyada milli benliğini yaşatma noktasında daha başarılı olmaktadır. Bunun günümüzde en güzel örneğini milli kültürünü kültür emperyalizminden korumayı başarmış olan Japonya oluşturmaktadır.

Türk'ün düşmanları onu savaşta yenemeyeceğini anlayınca hile, entrika, ahlaki çöküntü yaratma ve halkı birbirine düşürme gibi taktiklere başvurmaya başlamıştır.

Bununla ilgili olarak dönemin Fener Rum Patriği, Rus Çarı Alexandre'a gönderdiği bir mektupta **“Türkleri maddeten yıkmak mümkün değildir, onun için önce onlardaki itaat duygusunu ve manevi bağlarını kesmek gerekir. Bunun en kısa yolu, Türklerin milli geleneklerine ve maneviyatlarına yabancı düşünceleri sokmaktır. Yapılacak şey Türklere hissettirmeden bu yıkımı tamamlamaktır.”** Demiştir.

Türk milletinin yarınları olan çocuklara Türk'lerin ve milli değerlerinin aktarımı bu bağlamda büyük önem taşımaktadır. Çocuklara değer aktarımının sağlanmasında örgün ve yaygın eğitim ortamlarının büyük önemi vardır. Okullar değerler eğitiminin örgün eğitim yoluyla verilmesi noktasında büyük önem taşımaktadır.

Bununla birlikte çocuklar sadece okulda öğrenmemektedir. Bunun yanı sıra sosyal öğrenme kapsamında aile, arkadaş çevresi ve medya ortamları büyük önem taşımaktadır.

Özellikle iletişim çağının getirdiği sonuçlardan birisinin de yediden yetmişe nerdeyse herkesin televizyondan sosyal medyaya kadar olan geniş bir yelpazede görsel ve basılı medya ortamlarından etkilendiği gerçeğidir.

Günümüzde teknolojideki gelişmeyle birlikte ülke sınırlarının önemin kalmadığı ve küresel bir köy haline gelmiş olan dünyamızda sihirli kutu olarak tanımlanan televizyonların yanında, cep telefonları, tablet, masa üstü bilgisayarlar ve cep telefonları ile küresel bir kültür emperyalizmi yaşanmaktadır.

Günümüzde insanlar günde ortalama 5-6 saatlerini televizyonların karşısında geçirmekte olmalarına rağmen yılda ise sadece 5-6 saat kitap okumaktadırlar.

Televizyon dizi ve reklamları sayesinde kişilerin tüketim tercihlerinin yanında siyasi ve dini tercihleri üzerinde de belirleme yapma iddia ve hedefinde olan açık ve gizli yapılar mevcuttur.

Televizyon yayıncılığı başladığından itibaren yayıncılık faaliyeti, yönetenler tarafından yönetilenlere kendi mesajlarını iletmek üzere, çok önemli bir araç olarak kullanılmaya başlamıştır. Hakim güç unsurlarının mesaj iletmeye kaygısı, sadece egemenlik alanı ile de sınırlı kalmamış, dış dünyaya da bu mesajlarını vermek istemişlerdir.

Bu güç unsurları televizyonlar, sinemalar ve sosyal medya kanalları vasıtasıyla yapmış oldukları çizgi filmler, reklamlar, TV dizileri sinemalar vasıtasıyla ya doğrudan ya da subliminal teknikleri kullanmak suretiyle insanları ve özellikle çocukları etkilemektedirler.

Anılan nedenler ile hayatini izleyicileri ve takipçilerinden alacakları reklam ve /veya ürün satış gelirlerine bağlamış olan yazılı veya görsel basın ile sosyal medya hesaplarının Kamu Hizmeti Yayıncılığı ilkeleri doğrultusunda yayın yapan TRT gibi kuruluşlar ve/veya bu doğrultuda denetim yapan RTÜK ve BTK gibi birimlerin varlığı ve DENETİMLERİ ülke ve milletimizin geleceği açısından hayati öneme sahip bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bunların dışında TELEVİZYON YAYINLARININ OLUMSUZ ETKİLERİ konusunda araştırma yapmak ve alınacak tedbirleri belirlemek üzere TBMM olarak ivedi bir araştırma komisyonu kurulmasının da faydalı olacağını düşünmekteyim.

TELEVİZYON YAYINLARININ ÇOCUK EĞİTİMİNE OLAN ETKİSİ MİLLİ BEKA SORUNU HALİNE GELMİŞTİR

ABDULLAH ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

Ülkelerin ve Milletlerin geleceği yani BEKA'sı iyi eğitim almış olan ve dünyadaki gelişmeleri yakından takip edebilen bununla birlikte milli ve dini değerleri ile kültürünü kaybetmemiş olan genç nesillere bağlıdır.

İnsanların tutumlarını, davranışlarını, inançlarını etkileyen en temel unsur; ailesinde, toplumsal yapı içerisinde ve okulda aldığı eğitimlerle kazandığı değerlerdir. Toplumların kendilerine has kültürel tutum, davranış ve inançları sonucunda milli kültürleri oluşmakta ve milli kültür bağlamında milli ve manevi değerleri meydana çıkmaktadır.

Değerler, aileden, okul eğitiminden, yakın çevreden, yazılı ve görsel materyallerden taklit ya da model alma yolu ile öğrenilmektedir.

Değerler üzerinde araştırma yapan yabancı bilim adamları değerleri 6 kategoriye ayırmışlardır. Bunlar,

1-Ekonomik Değerler

2-Sosyal Değerler

3-Politik Değerler

4-Dinsel Değerler

5-Estetik Değerler

6-Teorik Değerler

Her ulusun olduğu gibi Türklerin de iyisi-kötüsü, güzeli-irkinini ve niçin yaşanacağı ve niçin lneceğini gösteren değerleri vardır. Prof. Mahmut Tezcan Türk değerlerini aile, eğitsel, ekonomik, dinsel, siyasal ve boş zamanlar değerleri olmak üzere 6 kısıma ayırmıştır.

Ahiliğin yazılı kaynaklarından olan Fütüvvetnamelerde Türk ahlaki değerleri şöyle sıralanmıştır; Doğruluk, cömertlik, dostluk, sadakat, kanaat, takva, tefekkür, vefa, ilim, amel, sabır, ihlas, sır saklamak, yalan söylememek, zina yapmamak, hırsızlık etmemek, hoca ve büyüklere saygı, insaf etmek, ayıbı örtmek, çiğ söz söylememek, kötü söze cevap vermemek, herkese iyilik yapmak, misafir sevmek, din farkı gözetmeden bütün insanları sevmek, herkesi bir görüp, kendini herkesten aşağı görmek

Milli ve manevi değerler bir toplumu bir arada tutan en önemli unsurdur. Milli değerlerini koruyup yeni nesle doğru şekilde aktarmayı başarabilen milletler bekasını korumada ve küreselleşen dünyada milli benliğini yaşatma noktasında daha başarılı olmaktadırlar. Bunun günümüzde en güzel örneğini milli kültürünü kültür emperyalizminden korumayı başarmış olan Japonya oluşturmaktadır.

Trkn düşmanları onu savaşta yenemeyeceğini anlayınca hile, entrika, ahlaki çöküntü yaratma ve halkı birbirine düşürme gibi taktiklere başvurmaya başlamıştır. Bununla ilgili olarak dönemin Fener Rum Patriği, Rus arı Alexandre'a gönderdiği bir mektupta "Türkleri maddeten yıkmak mümkün değildir, onun için önce onlardaki itaat duygusunu ve manevi bağlarını kesmek gerekir. Bunun en kısa yolu, Türklerin milli geleneklerine ve maneviyatlarına yabancı düşünceleri sokmaktır. Yapılacak şey Türklere hissettirmeden bu yıkımı tamamlamaktır." Demiştir.

Türk milletinin yarınları olan çocuklara Türk'lerin ve milli değerlerinin aktarımı bu bağlamda büyük önem taşımaktadır. Çocuklara değer aktarımının sağlanmasında örgün ve yaygın eğitim ortamlarının büyük önemi vardır. Okullar değerler eğitiminin örgün eğitim yoluyla verilmesi noktasında büyük önem taşımaktadır.

Bununla birlikte çocuklar sadece okulda öğrenmemektedir. Bunun yanı sıra sosyal öğrenme kapsamında aile, arkadaş çevresi ve medya ortamları büyük önem taşımaktadır.

Özellikle iletişim çağının getirdiği sonuçlardan birisinin de yediden yetmişe nerdeyse herkesin televizyondan sosyal medyaya kadar olan geniş bir yelpazede görsel ve basılı medya ortamlarından etkilendiği gerçeğidir.

Günümüzde teknolojiye gelişmeyle birlikte ülke sınırlarının önemin kalmadığı ve küresel bir köy haline gelmiş olan dünyamızda sihirli kutu olarak tanımlanan televizyonların yanında, cep telefonları, tablet, masa üstü bilgisayarlar ve cep telefonları ile küresel bir kültür emperyalizmi yaşanmaktadır.

Günümüzde insanlar günde ortalama 5-6 saatlerini televizyonların karşısında geçirmekte olmalarına rağmen yılda ise sadece 5-6 saat kitap okumaktadırlar.

Televizyon dizi ve reklamları sayesinde kişilerin tüketim tercihlerinin yanında siyasi ve dini tercihleri üzerinde de belirleme yapma iddia ve hedefinde olan açık ve gizli yapılar mevcuttur.

Televizyon yayıncılığı başladığından itibaren yayıncılık faaliyeti, yönetenler tarafından yönetilenlere kendi mesajlarını iletmek üzere, çok önemli bir araç olarak kullanılmaya başlamıştır. Hakim güç unsurlarının mesaj iletmeye kaygısı, sadece egemenlik alanı ile de sınırlı kalmamış, dış dünyaya da bu mesajlarını vermek istemişlerdir.

Bu güç unsurları televizyonlar, sinemalar ve sosyal medya kanalları vasıtasıyla yapmış oldukları çizgi filmler, reklamlar, TV dizileri sinemalar vasıtasıyla ya doğrudan ya da subliminal teknikleri kullanmak suretiyle insanları ve özellikle çocukları etkilemektedirler.

Okul öncesi çağıdaki İki-altı yaş arası çocuklarımız evlerde anneleri veya bir yakınlarının yanında büyümektedirler. Aileler ev işlerinde çocuklar kendilerine engel olmasın diye yiyecek ve temizlikleri gibi temel ihtiyaçlarını sağladıkları çocuklara televizyon veya internet ortamında yayın yapan çizgi film kanallarının önüne oturarak oyalama yolunu tercih etmektedirler.

Bu gelişmeler sonucu çocuklarımızın eğitimlerinde aile ve okulun yanında “Elektronik Bakıcı” konumuna gelmiş olan bu teknolojik cihazlar ve bunlar kanalıyla yapılan yayınlar son derece etkili olmaktadır.

Bu yayınlar çocuklarımızın; dilini, beslenme alışkanlıklarını, günlük kıyafetlerini, aile ve toplumsal ilişkilerini, milli ve dini inançlarını etkilemekte hatta yön vermektedir.

Televizyonun çocuklar üzerindeki belli başlı etkileri şu şekilde sıralanmaktadır.

- 1-Tüketim toplumu bireyi olmaları üzerine etkileri,
- 2- Cinsel kimliğin oluşması ve karşı cinsle olan ilişkiler üzerine etkisi,
- 3- Anne-baba ile ilişkisi üzerine etkisi,
- 4- Şiddet eğilimlerine etkisi,
- 5- Okumaya, düşünmeye ve başarıya etkisi,

6- Kültürel ve Dinsel yabancılaşmaya etkisi

7- Dildeki yozlaşmaya etkisi,

8- Kendi kimliklerinin oluşumuna etkisi

9- Çocukluğun yitirilmesine etkisi.

Televizyon izleyen çocuklarda öncelikli olarak ders çalışmaya karşı isteksizlik, okuma alışkanlığının yerleşmemesi, şiddete başvurma ve saldırganlığın artması, kendini doğru bir biçimde ifade edememe, kendini televizyondan izlediği kahramanın yerine koyarak gerçeklerden uzaklaşma, toplumsal ilişkilerde güçlüklerle karşılaşma ve uzun süre televizyon karşısında kalmanın yarattığı çeşitli sağlık sorunları televizyonun olumsuz etkilerinin birer sonucudur.

Anılan nedenler ile ülkeler ve milletler geleceklere olan çocuklarının eğitimleri ve yetiştirilmesi konusunda yeni önlemler almakta ve önemli projeler yürütmektedirler.

Cumhuriyetimizin kurucusu Ulu Önder ATATÜRK Dünyada hiçbir Millette olmayan 23 NİSAN ULUSAL EĞEMENLİK ÇOCUK bayramını Türk Çocuklarına armağan ederek aynı zamanda onlara büyük bir sorumlulukta yüklemek istemiştir.

Ardından çocukları yetiştirecek olan öğretmenlere seslendi ve onlarada; “Muallimler, Cumhuriyet sizden fikri hür, vicdanı hür, irfanı hür, nesiller ister” diyerek cumhuriyetin geleceği noktasında sorumluluk ve görev verdi.

Ulu Önder Atatürk'ün hem çocuklarımıza hem de velilerimize yönelik bazı güzel sözleri de aşağıdaki gibidir.

Çocuklar geleceğimizin güvencesi, yaşama sevincimizdir. Bugünün çocuğunu, yarının büyüğü olarak yetiştirmek hepimizin insanlık görevidir.

“Gelecek için hazırlanan vatan evlatlarına, hiçbir güçlük karşısında yılmayarak tam bir sabır ve metanetle çalışmalarını ve öğrenim gören çocuklarımızın ana ve babalarına da yavrularının öğreniminin tamamlanması için hiçbir fedakârlıktan çekinmemelerini tavsiye ederim.”

Hedefe yalnız çocukları yetiştirmekle ulaşamayız! Çocuklar geleceğindir. Çocuklar geleceği yapacak adamlardır. Fakat geleceği yapacak olan bu çocukları yetiştirecek analar, babalar, kardeşler hepsi şimdiden az çok aydınlatılmalıdır ki, yetiştirecekleri çocukları bu millet ve memlekete hizmet edebilecek, yararlı ve faydalı olabilecek şekilde yetiştirsinsinler! Hiç olmazsa yetiştirmek lüzumuna inansınlar! Okullardan başka; gazeteler, küçük dergiler köylere kadar yayınlanıp dağıtılmalıdır. Bizim köylümüz ne gazete ne dergi okumaz. Bilenler bilmeyenleri toplayıp, okutmayı, onlara okumayı anlatmayı bir vazife bilmelidir.

Atatürk bir sözünde ise gençlere seslenmekte ve “Ey yükselen yeni nesil, gelecek sizindir. Cumhuriyeti biz kurduk; onu yükseltecek ve sürdüreceksiniz.” Demektedir.

23 Nisan 1920 yılında Mustafa Kemal çocuklarla dünyanın geleceği arasındaki ilişkiyi görüp yurttan ve cihanda barış için alınacak önlemlere işaret etmek için Ulusal Egemenliği Çocuk Bayramı ile taçlandırıyor.

İnsanlık bu gerçeği 20. yüzyılın son günlerinde kavrar gibi olmuştur. Birleşmiş Milletler Genel sekreteri Kofi Annan'ın 1998'de yaptığı açılış konuşmasındaki “Gelecekteki dünyanın kimi olgularına göz atmak için süper bilgisayarlarla yapılacak tahminlere gerek yok.

Gelecek bin yılın pek çok yönü, çocuklarımıza bugün nasıl baktığımıza göre biçimlenmektedir. Yarının dünyasına elbette bilim ve teknoloji de biçimlendirebilir; AMA BU DÜNYA, BAŞKA HERŞEYDEN ÇOK ÇOCUKLARIMIZIN ZİHİNLERİNDE VE BEDENLERİNDE DAHA BUGÜNDEN BİÇİMLENMEKTEDİR” demek suretiyle dünyamızın geleceği için çocukların iyi yetiştirilmelerine dikkatleri çekmiştir.

Türk Milleti ve Devleti olarak çocuklarımızın milli ve dini kültürlerinin oluşumunda etkileri kaçınılmaz olan ve kültürel emperyalizmin en kolay sonuç aldığı televizyon yayınları konusunda ivedi tedbirler alınmalıdır.

ABDULLAH ÇAVUŞ/TRT STRATEJİ UZMANI (11.03.2019)

TELEVİZYONLARIN – SOSYAL MEDYANIN ETKİLERİ VE TRT’NİN ÖNEMİ

Abdullah ÇAVUŞ-TRT Strateji Uzmanı

İçinde bulunduğumuz bin yılda bilim ve teknoloji alanında meydana gelen ilerleme ve buluşlar sonucu; öteden beri var olan yazılı ve görsel medyaya ilaveten SOSYAL MEDYA denilen ağlar çeşitlenmiş olup, 7 milyar insanın yaşadığı koca dünyamız artık küçük bir köy haline gelmiş durumdadır.

İçinde bulunduğumuz yüz yılın başında Küreselleşme ve Globalleşme adı verilen süreçler sonucu, neredeyse sınırların kalktığı bir dünya da yaşamaya başlamış bulunmaktayız. Özellikle tüm dünyadan yayın yapan medya kuruluşları sayesinde, en uzak ülkedeki sosyal ve kültürel olaylar ve/veya yaşam şekillerinden anında haberimiz olmakta bunun sonucu, kültürler arası iletişim ve etkileşimde bu sayede başlamaktadır.

Günümüzde insanlar günde ortalama 5-6 saatlerini televizyonların karşısında geçirmekte olmalarına rağmen yılda ise sadece 5-6 saat kitap okumaktadırlar.

Televizyon dizi ve reklamları sayesinde kişilerin tüketim tercihlerinin yanında siyasi ve dini tercihleri üzerinde de belirleme yapma iddia ve hedefinde olan açık ve gizli yapılar mevcuttur.

Televizyon yayıncılığı başladığından itibaren yayıncılık faaliyeti, yönetenler tarafından yönetilenlere kendi mesajlarını iletmek üzere, çok önemli bir araç olarak kullanılmaya başlamıştır.

Hakim güç unsurlarının mesaj iletmeye kaygısı, sadece egemenlik alanı ile de sınırlı kalmamış, dış dünyaya da bu mesajlarını vermek istemişlerdir.

Özellikle soğuk savaş döneminde hemen hemen bütün ülkelerde yer alan radyo yayınları bunun en güzel örneğidir.

Kısa dalga üzerinden ve ilgili hedef ülke dilinde yapılan yayınlar soğuk savaş döneminin en önemli propaganda aracı olarak kullanılmıştır.

1980'li yılların sonundan itibaren, Berlin Duvarının yıkılması, Sovyet Bloğunun dağılması ve televizyon teknolojisindeki gelişmelerle (uydular aracılığıyla yayınların iletilebilmesi vb) radyolar üzerinden yapılan propaganda savaşları yavaş yavaş terk edilerek yerini bütün dünyaya 24 saat haber yayını yapan televizyon kanallarına bırakmıştır. (BBC World, CNN Int. vb)

İnternetin ortaya çıkışı ve gelişmesi bu tür televizyon yayıncılığına olan ihtiyacı ortadan kaldırmamış aksine bu tür televizyon kanalları bünyelerinde oluşturulan etkili web yayınları ile daha da güçlenmiştir.

Günümüzde ise soğuk savaş döneminden farklı olarak bu yayınlar giderek dünya dili haline gelen "İngilizce" dilinde yapılmaya başlanmıştır.

Bugün itibariyle bakıldığında iddialı tüm ülkelerin 24 saat İngilizce haber yayını yapan televizyon kanallarının olduğu görünmektedir. BBC, ZDF, GFR, RAÍ, CNN, NHK, PRESS TV, CCTV, EL CEZİRE vb.

Bu örneklerden hareketle küresel bir oyun kurucu olma iddiası ile İngilizce haber yayını yapmak üzere TRT WORLD kanalımız kurulmuş durumdadır.

Tüm dünyadaki bu küresel yayınlar, genellikle ya kamu hizmeti yayıncısı tarafından veya görünüşte bağımsız yapılar altında ama arka planda kamu hizmeti yayıncısının tüm imkânlarını (personel, stüdyo vb.) kullanan ve onun kontrolünde teşkilatlanan kanallar tarafından yapılmaktadır.

Bu tür televizyon kanalları; bir kısmında açık bir kısmında örtülü, olarak uluslararası güncel olayları kendi bakış açısıyla vermek ve kendi değerlerini dünyaya aktarmayı misyon olarak belirlemiş durumdadırlar.

Hakim dil üzerinden yapılan yayınlar yapan kişilerin dini ve milli kültürlerini tüm dünyada hakim kültür haline getirmekte yada kültürden uzak günlük ihtiyaçlarını karşılamayı ilk hedef olarak seçmiş ve bencilleşmiş tüketim toplumlari yaratmayı hedeflemektedirler.

Keza Facebook, Twitter, Instagram vb. sosyal medya oluşumları ise Cep Telefonları sayesinde neredeyse uyku dışındaki tüm saatlerimizde insanlar ile etkileşim halindedir. Hatta birçok insan yatağa cep telefonlarıyla girmekte sabah uyandıklarında ise ilk işleri sosyal medya hesaplarına bakmak olmaktadır.

Facebook, Twitter, Instagram sosyal ağlara ulaşmak oldukça basittir. Bu ortama girmek için gereken cihazlarda bir o kadar çeşitlidir. Yaşları fark etmeksizin her birey, gündemi sosyal ağları ve herhangi teknolojik bir cihazın takibini kolaylıkla internet üzerinden yapabilmektedir.

Çocuklarımız ve gençlerimiz açısından ise sosyal medya ve diğer internet ortamı sayısız tuzaklarla doludur.

Televizyonda şiddet görüntülerini izleyen çocuklar, bunları hayatın çok normal ve kabul edilebilir bir parçası olarak algılamaktadırlar.

Şiddet içerikli programlar çocuğun dış dünyayı vahşi, korkunç bir yer olarak algılamasına neden olabiliyor.

Yapılan araştırmalar, çocuklardaki “Dikkat Eksikliği ve Hiperaktivite Bozukluğunun her geçen gün arttığını göstermektedir. Nedenleri incelendiğinde televizyon ve bilgisayarın önemli bir etken olduğu görülmüştür.

Yazılı kültür, insanlara düşünmeyi, yorumlamayı ve sorgulamayı sağlar. Oysa televizyonun yaygınlaşmasıyla birlikte insanlar sadece gösterilenleri almakla yetinir olmuşlardır. Bilgiyi zmsemeyen, gr-geç tarzında alan çocuğun düşünme ve problem zme becerileri olumsuz etkilemektedir.

Gelişim ağındaki küçük çocuklarımız ise fenomeni oldukları çizgi film karakterlerinin inanç ve davranış şekillerinin etkisi ile Milli ve Dini kültürlerinden uzaklaşmaktalar ve kuşaklar arasındaki kopuş ise öteden beri var ola gelen bir durum olmasına rağmen yaşanan bu yeni süreçler sonucu adeta uçuruma dönüşmektedir

Çocuklar ve gençlerimiz sadece sanal ortamlarda yaşadıklarından gerçek yaşama ve çevresindekilere uyum sağlamakta zorluk çekmekte ve kendilerini SANAL DÜNYA’larına hapsedmektedirler.

Sosyal medya kullanım yaşı ise oldukça düşüktür. Bu durum yüzünden de çocuklar artık sokak veya park oyunları yerine pc, konsol ve sanal oyunlara daha ilgiyle yaklaşmaktadırlar.

Sosyal medya sayesinde çocukların ve gençlerin çoğu kez gerçek hayattan ve ilişkilerden koparak sanal ortamda bir kimlik geliştirme ve sosyalleşme çabasına girmeleri, onları gerçek yaşam alanında sosyalleşmekten uzaklaştırmakta bunun yerine kin, öfke ve nefret gibi duygu patlamaları yaşamalarına yol açmaktadır.

Sosyal medyada çocuklar açısından en önemli tehlike ise sapkın kişilerle karşılaşmaları ve onlar tarafından kandırılarak zarar görme ihtimalleridir.

Görüldüğü gibi sosyal medya, toplumun haberleşme, bilgiye akraba ve dostlara kolay ulaşım gibi önemli fonksiyonlar yerine getirmekte iken yanlış kullanımı ve/veya art niyetli kişilerle çocuk ve gençlerimizin kolay iletişim kurmaları ve kandırılmasına yönelik fiilen yaşanan olaylar ise sosyal medyanın tehlikelerini gözler önüne sermektedir.

Son olarak ülkelerin ve milletlerin geleceği olan çocuklar ve nesiller, teknolojiyi takip etmek olarak tanımladıkları sosyal medya bağımlılığının bedelini kültürlerini kaybetmekle ödemektedirler.

Bireyleri kendisine bağımlı kılan bu sosyal ağların etkileri ise saymakla bitmemektedir. Sosyal medya kullanıcıları bu ortamda tanıştığı her insanın siyasal, kültürel ve eğitsel dünyasına hatta paylaşıldığı oranda özel yaşantısına direkt olarak etki etmektedir.

Günümüzde insanlar sosyal medya üzerinden örgütlenebiliyor, bilgi aktarımı yapabiliyor ve haberleşebiliyor.

Hatta MISIR'da başta olmak üzere ARAP baharının yaşandığı diğer ülkelerde milyonlarca kişinin sosyal medya ağları sayesinde meydanlara indiğine şahit olunmuştur.

Bu durumda sosyal medyayı sadece bir eğlence mekanı olmaktan çıkarıyor ve sosyal ve siyasal yaşam açısından önemini gözler önüne seriyor.

Sosyal medya artık uluslar ve gruplar açısından gerçek ve güçlü bir silah niteliğinde. Tabii önemli olan konu “Acaba bu silahın amacına uygun kullanılarak hedefe varmaya yararlı mı olacağı yoksa bu güçlü silahın kontrolden çıkarak elde patlayıp yeni nesillerin yetişmesinde büyük bir dejenerasyon mu yaşatacağı” hususu belirsizliğini korumaktadır.

Anılan nedenler ile hayatiyetini izleyicileri ve takipçilerinden alacakları reklam ve /veya ürün satış gelirlerine bağlamış olan yazılı veya görsel basın ile sosyal medya hesaplarının Kamu Hizmeti Yayıncılığı ilkeleri doğrultusunda yayın yapan TRT gibi kuruluşlar ve/veya bu doğrultuda denetim yapan RTÜK ve BTK gibi birimlerin varlığı ülke ve milletimizin geleceği açısından hayati öneme sahip bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır.

Abdullah Çavuş/ Strateji Uzmanı

MAFYANIN İYİSİ OLURMU? TELEVİZYONLARDA İYİ MAFYA DİZİLERİ ŞİDDETİ İÇSELLEŞTİRMEMİZE NEDEN OLUYOR

ABDULLAH ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı (22.01.2019)

Televizyonlarımızda son günlerde popüler olan yani reytingi yüksek olan diziler arasında MAFYA DİZİLERİ öne çıkmaktadır. Bunların başında ÇUKUR ve EŞKİYA DÜNYAYA HÜKÜMDAR OLMAZ isimli televizyon dizileri gelmektedir.

Her iki dizide de Uyuşturucu ticareti yapan kötü mafyaya karşı, silah ticareti yapan mafya mücadelesi anlatılmakta ve silah ticareti yapan Mafya bizlere İYİ MAFYA olarak sunulmaktadır.

Keza bu iyi MAFYA karakterleri dizilerde DERİN DEVLET ile işbirliği yapmakta hatta kötü mafyaya karşı iyi mafyaya derin devlet yol veriyor şeklinde gösterilmektedir. Bu durum devlete olan güven duygusuna da zarar vermektedir.

Ülkemiz ve dünyadaki halk hikâyelerinde mevcut olan ROBİN HOOD ve KÖROĞLU isimli karakterler ile başlayan iyi mafya karakterleri günümüzde bu televizyon dizilerindeki YAMAÇ ve HIZIR REİS karakterlerine dönüşmüştür.

Bu dizilerden önce Kurtlar Vadisi Dizisindeki iyi MAFYA karakteri ÇAKIR'ın dizideki ölümünden sonra abartıya kaçan bazı fanatik gençler tarafından ülkemizde gıyabi cenaze namazları bile kılınmıştır.

Televizyon dizilerindeki bu İyi mafyanın yarattığı kültür, gençlerimizin yaşamına sızıyor. Hatta belki biraz da abartarak söyleyelim, sızılmaktan da öte yaşamlarını büsbütün şekillendirmeye başlıyor.

Bu tür dizilerde “silah kullanımını teşvik eden”, şiddet içeren diziler ve filmler oldukça zengin. Yeni dizilerde de, silahlar oyuncuların ellerinde adeta teşhir ediliyor, oyuncular onları izleyenlere maalesef rol model oluşturmaktadır.

Dizilerde alkol ve sigara mozaiklenirken silahlar herkesin elinde, şiddet yaygın. Bir bölümde onlarca kişinin silahlarla öldürüldüğünü ekranlarımızda görüyoruz.

Televizyonun çocuk ve gençler üzerindeki etkisi, toplumun diğer kesimlerine oranla daha fazladır. Bu etki televizyonların sadece bilgi aktarmaları yoluyla olmayıp, daha ziyade belli davranış modelleri sunmaları şeklinde gerçekleşmektedir. Bu dizilerdeki tipler özellikle çocuklar ve gençler için büyük bir taklit kaynağı olan modelleri olmaktadır.

Bu dizilerde şiddet ve güç, yüceltilen değerler olarak sunulmaktadır. Dizilerde şiddetin yüceltilmesi durumu, işkencenin olumlanması noktasına kadar varmaktadır.

Bu dizilerde öyle bir kötü karakter tablosu çizilir ki, ona karşı uygulanacak her türlü şiddet haklı ve doğrudur. Böylece işkence de normalleştirilmektedir.

RTÜK 2018 Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması ile Nisan 2018'deki RTÜK'e yapılan vatandaş şikayetlerine ilişkin özet bilgiler aşağıdaki gibidir.

1-Televizyon yayın içerikleri düşünüldüğünde özellikle gençler ve çocuklar, diğer televizyon izleyicilerine göre daha fazla tehlike altında bulunmaktadır.

Amerikan Pediatri Akademisi Kurulu'na göre, 2-18 yaş arasındaki Amerikalı çocuklar günde ortalama 6 saat 32 dakikalarını medya (televizyon, radyo, sinema, internet, video oyunlar vb.) karşısında geçirmektedir. Bu geçirdikleri süre uyku hariç diğer tüm aktivitelerden daha fazladır. Bu süre zarfında da çocuk ve gençler şiddet eylemlerine çok fazla şahit olmaktadır.

2-Bir insanın, ergenlik dönemine gelinceye kadar, sadece televizyonda ortalama 200.000 şiddet sahnesi izlemekte ve uzun süre televizyon izleyen çocukların ve gençlerin yoğun şiddet eylemlerine şahit olduğu görülmektedir.

3- RTÜK araştırmasına göre televizyon izleyicilerinin dizilerden şikayet konuları aşağıdaki gibidir.

a-Çocuk ve gençlere olumsuz örnek oluşturma

b-Şiddet

c-Genel ahlak ve aile yapısına aykırılık

d-Argo/Küfür

e-Kadınlara yönelik istismar

4- Mayıs 2018 döneminde RTÜK'e yapılan vatandaş şikayetlerinden;

a- 452 adeti genel ahlaka ve ailenin korunması ilkesine aykırı yayınlara ait

b- 355 adeti ise şiddeti özendirici veya kanıksatıcı yayınlara aittir.

Şiddetin her türünün sıkça gösterildiği dizilerde, şiddet izleyiciler tarafından bir süre sonra kanıksanmakta ve hatta meşrulaştırılmaktadır. Bu durum, çocuk ve gençlerin gelişiminde olumsuz bir etki yaratmakla kalmayıp şiddete eğilimi olan birçok insana yol göstermekte ve yaptıkları ya da yapacakları eyleme meşru bir zemin hazırlamaktadır.

Şiddetin toplum içinde, toplum tarafından nasıl sunulduğu, nasıl kabul görüldüğü de önemlidir. Bu noktada şiddetin medyada sunuluş biçimi önem kazanmaktadır. Şiddet ve medya ilişkisi literatürde oldukça fazla tartışılan bir konu olmuştur. Şiddetin ana kaynağı medya değildir ancak şiddetin içselleştirilmesi, normalleştirilmesi ve taklit edilmesi büyük ölçüde medya yoluyla gerçekleşmektedir. Bunun en önemli nedeni, medyada yer alan şiddet içeriğinin sunuluş biçiminin yanı sıra bu tür içeriklerin yayınlanma sıklığıdır.

Medyada karşılaştığımız şiddet, vahşet veya bunların sonuçlarını ortaya koyan görüntü ve haberler, insan psikoloji üzerinde olumsuz etkiler yaratmakta; seyirci olarak bu haberlere maruz kalan insanlar zamanla bu görüntülere aşina olup duyarsızlaşmakta ve neticede empati yeteneğini kaybetmeye başlamaktadır.

Ayrıca şiddet içeren haberlerin ana akım medyada sıradanlaşması, suçun olağan, çekici bir faaliyet olarak algılanması, kimi zaman suçlunun saygınlık kazanması ya da adaleti sağlayan kurumların saygınlığını yitirmesi gibi sonuçları da doğurabilmektedir.

Sonuç olarak İYİ MAFYA karakterlerinin yer aldığı diziler şiddeti içselleştirmemize neden olmaktadır.

Keza DEVLET kavramına olan inancımız ise bazı kötü karakterli devlet memurları karakterini oynayan dizi oyuncularını üzerinden zedelenmektedir.

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

KADINA YÖNELİK ARTAN ŞİDDET VE TELEVİZYON DİZİLERİNİN ETKİLERİ

Abdullah ÇAVUŞ/ TRT Strateji Uzmanı

Ülkemizde son günlerde kadına ve çocuğa yönelik şiddet ile ilgili haberler her geçen gün artar hale gelmiş durumdadır. Özellikle Kırıkkale'de çocuğunun gözü önünde karısını öldüren CANİ BABA ve küçük çocuğun lütfen ölme anne diye yakarışları ve annenin de ölmek istemiyorum diye bağırın ÇIĞLIKLARI hepimizin içini sızlattı.

Bununla birlikte Kırıkkale de yaşanan bu elem verici olayın acısı bitmeden Gaziantep' te yeni doğum yapmış anneyi hastanede yüzünden bıçaklayan baba haberiyle sarsıldık.

İnternet üzerinden kadına yönelik şiddet diye arama yapıldığında bir sürü daha habere rastlıyoruz.

Trabzon'da eşinden istediği bileziği alamayan adam, eşini dövdü, hakaret ve tehdit etti. Genç kadın polise sığındı.

Sivas'ta bir kadın avukat tartıştığı eşi tarafından darp edildi

Bir babanın çocuğunun annesini çocuğunun gözü önünde öldürecek cinnet ortamına nasıl geldik?

Toplum olarak bunda suçumuz yok mu?

Devlet olarak alınacak önlemleri aldık mı?

Sorular devam edip gidiyor.

Oysa İNANCIMIZDA ANA kavramına ve dolayısıyla KADINA yönelik onlarca tavsiye ve özendirme anlamında güzel sözler vardı.

ANNENE HİZMET ET; ÇÜNKÜ CENNET ANNELERİN AYAKLARI ALTINDADIR. Hz. Muhammed (sav.)

Peygamberimiz veda hutbesinde EY İNSANLAR KADINLAR SİZE ALLAH'IN EMANETİDİR diye buyurmuştu.

Peki ne oldu bu topluma ki CİNNET HALİ yaşıyoruz?

Bu cinnet halinin yaşanmasında televizyonlardaki MAFYA VE ŞİDDET İÇERİKLİ dizilerin rolü var mıdır?

Günümüzde televizyon kanallarında oldukça fazla işlenen kadına yönelik şiddet içerikli diziler toplum tarafından rağbet gösterilmektedir.

Kitle iletişim araçlarında şiddetin sunumu günümüzde tartışılan konulardan birisidir. Medyada şiddet içeren haber olaylarına her gün rastlamak olanaklıdır.

Bunlar gözle görülür, örtük olmayan şiddet olaylarıdır. Bunun yanı sıra bir de izleyicilerin farkında olmadığı, örtük olarak sunulan şiddet vardır. Özellikle reklamlardan dizilere kadar birçok yayında kadına yönelik şiddet örtük olarak sunulmaktadır.

Böylece şiddet sıradanlaştırılmakta ve kadına yönelik şiddet normal bir davranış olarak sunulmaktadır.

Araştırmalar dizilerin en yaygın olarak tüketilen popüler kurmaca ürünler olduğunu göstermektedir.

Dolayısıyla izleyicilerin bu dizilerdeki karakterlerle özdeşleşmeleri ve onlar arasında rol modeller bulmaları dizileri daha da önemli kılmaktadır.

Kadına yönelik şiddetin dizilerde sürekli işlenmesi sindirici etki yapabilmektedir.

Dizi filmlerde işlenen kadına yönelik şiddet içeriklerinin gerçek hayatta şiddete maruz kalan bir kadının travmasını etkileyebileceği ve travmanın yaratacağı olumsuz sonuçları daha da derinleştireceği bir gerçektir.

Günümüze Televizyon bir cazibe merkezi olarak hayatımızın başköşesine oturdu.

Yirmi dört saat yayın yapan kanallarla tam bir görüntü ve bilgi bulanıklığı yaşıyoruz.

Alışkanlıklarımız, konuşma biçimimiz, ilişkilerimiz televizyona endeksli hale geldi.

Kameralar pervasızca mahremiyetimizin en ücra köşelerine giriyorlar.

Şiddetin bütün türleriyle tanıştık.

Mafya dizileriyle İYİ MAFYA kavramı üzerinden şiddeti İÇSELLEŞTİRMEYE başladık.

Uyuşturucu satan kötü mafyaya karşı silah satan iyi mafya dizileri ÇUKUR ve EŞKİYA DÜNYAYA HÜKÜMDAR OLMAZ isimli diziler hala televizyonlarımızda.

Kadına yönelik şiddet konusunda SEN ANLAT KARADENİZ isimli dizideki sahneler binlerce kişi tarafından RTÜK'e şikayet edildi.

Sabahları kadınlar içerikli TV programlarında özel hayatların tüm ülke halinde tartışıldığı ve mahremiyetin kalmadığına şahit olduk.

“Reality Show”larla kan ve acının da bir satış değeri olduğunu, reklam alabileceklerini öğrendik.

Sonuç olarak Televizyonlar duygularımızı, tepkilerimizi ve duyarlılıklarımızı törpülendi.

Televizyonda gösterilen şiddet; insanları nefret ve kinle doldurmaktadır. Yaşamın en önemli gerçeğini, ölümü insanlara eğlence olarak sunmaktadır.

Haberlerde, reklamlarda ve dizilerde şiddet canlandırılarak izleyicilere satılmaktadır.

Yoğun şiddet içerikli programlar nedeniyle duygularımız televizyonun hızına yetişemez olmuş ve şiddete karşı duyarsızlaşmaya başlamıştır.

Rastgele seçilen 8 diziden hareketle Milletvekili Gamze TAŞÇIER tarafından yapılan bir araştırma 8 dizide toplam 23 sahnede kadına yönelik şiddet uygulandığı tespit edilmiştir.

Bu sahnelerden 4'ü babanın kızına uyguladığı şiddet iken, çok sayıda sahnede erkeğin eşine yönelik şiddeti söz konusu olup, birçok sahnede de işkence ve eziyete uğrayan, tecavüz edilmeye çalışılan, sandalyelere bağlanılan ve kafasına silah dayanan kadınların bulunduğu sahneler vardır.

30 sahnede genel şiddet bulunmaktadır. Bu sahneler içerisinde boğma, tokat atma, sopalarla dayak atma, dövme, fare zehri ile zehirleme, etrafın yumruklanması, silahla vurulma, işkenceler yer almaktadır.

İzlenen 8 dizide, en az 219 kez silah gözükmüş veya ateşlenmiştir. Söz konusu sahnelerde her türden silah vardır. Tabanca, uzun namlulu silahlar, bombalar, mayınlar, tüfekler, bıçaklar yüzlerce sahnede bulunmaktadır.

Dizilerde silah kullanımı öyle bir hal almıştır ki, sanki silah, hayatın olağan akışı içerisinde normal olan ve herkesin elinin altında bulunan bir şey olarak gösterilir hale gelmiştir.

İzlenen sekiz dizide de silah sahnesinin bulunması dikkat çekicidir. Televizyonlarda silahsız bir dizi, adeta ender rastlanılan bir durum haline gelmiştir.

Televizyonlarımızda yayınlanan dizilerde en büyük problemlerden biri de, neredeyse her yayında bağırmanın, ses yükseltmenin eksik olmamasıdır. Araştırma sonucunda 71 sahnede bağırma ve ses yükseltme tespit edilmiştir. Bunlardan 55'i erkeklerin bağırduğu sahnelerdir.

Şiddet içerikli eğlence PROGRAMLARINDA ise şiddetin normal ve kabul edilebilir bir davranış olduğu yolunda bir mesaj vermektedir.

Uzmanlar, şiddet içerikli programlara izin veren toplumların vatandaşlarının uyguladığı şiddete dolaylı olarak katkıda bulunduğunu söylemektedir.

Şiddet içeren programları izleyen kişiler şiddete karşı duyarsızlaşmaktadır. Duyarsızlaşmış insanlar büyük ihtimalle saldırgan olayları daha az fark edecek, şiddetin etkilerini önemsiz görecektir, şiddetin mağdurlarıyla daha az empati kuracak ve şiddete daha fazla tolerans gösterecektir.

Çok fazla şiddet içerikli eğlence programı izlemek 'acımasız dünya' sendromuna yol açacaktır.

İzleyici, dış dünyadaki şiddetin miktarını olduğundan fazla görmeye kalmayacak, diğer insanlara karşı güvensizlik duyarak, silah taşıyarak ve hatta daha kendisine saldırılmadan agresif davranışlar göstererek aşırı tepki verecektir.

SONUÇ OLARAK;

Eskiden televizyon ve sinema filmlerinde kalabalık aileler ve aile olmanın gerektirdiği yardımlaşma ve iyilik örnekleri ağırlıklı TV dizileri ve sinema yapımları yapıldı.

Adile NAŞİT'in Münir ÖZKUL ile oynağı diziler ve ve HULUSİ KENTMEN'in babacan rollerde oynadığı diziler henüz en azından bizim kuşağımızın hafızalarından silinmemiş durumdadır.

Önerilerimize gelince;

1- Öncelikle RTÜK tarafından şiddet ve özelinde kadına şiddet konusunda TV dizi ve programları nezdinde sıkı bir denetim yapılmalıdır.

2- Milli Eğitim ve Kültür Bakanlıları ve Üniversitelerimiz iş birliğinde konuya ilişkin bilimsel araştırmalar yapılmalıdır.

3- Aynı bakanlık ve ilgili kuruluşlar tarafından iyi mutlu aile aile dizilerini ve diğer televizyon programlarını teşvik edici önlemler alınmalıdır.

4- Bu tür dizilere devlet imkanları veya iş insanları kanalıyla sponsor temin edilmelidir.

5- Çocuk eğitimleri konusunda TRT Çocuk kanlına özel görevler verilmeli ve imkanlar sağlanmalıdır.

6- Çocuk çizgi filmleri konusunda TRT'nin öncülüğünde ve katkılarıyla bir sektör oluşturulmalı

7-Çocuğa ve kadına şiddetin TCK'daki karşılığı olan cezalar ağırlaştırılmalıdır.

8- Çocuğa ve kadına uygulanan Şiddetin failleri STK ve Toplumsal yapıdaki kurum ve kuruluşlar tarafından dışlanmalıdır.

9- Gerekçesi ne olursa olsun bu tür Şiddet uygulayan kişiler afiŐe edilmelidir.

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

BİR ÇOCUĞUN RTÜK'E "LÜTFEN DİZİYİ BİTİRİN, BABAM ANNEME AYNISINI YAPAMASIN!" DİYEREK ŞİKAYETİ

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

Son günlerde yazdığımız yazılarda televizyon dizilerindeki şiddet konusuna dikkat çekmeye çalışıyorduk. Bununla birlikte bir çocuğun RTÜK'e Lütfen diziyi bitirin, babam anneme aynısını yapamasın! diyerek şikayeti üzerine konu hakkında yeni bir yazı yazman ihtiyacı hasıl oldu.

Malum olduğu üzere; Televizyonlarımızda son günlerde popüler olan yani reytingi yüksek kolan diziler arasında MAFYA DİZİLERİ öne çıkmaktadır.

Televizyonlarda “silah kullanımını teşvik eden”, şiddet içeren diziler ve filmler oldukça artmış durumda.

Yeni dizilerde de, silahlar oyuncuların ellerinde adeta teşhir ediliyor, oyuncular onları izleyenlere maalesef rol model oluşturmaktadır.

Dizilerde alkol ve sigara mozaiklenirken silahlar herkesin elinde, şiddet yaygın. Bir bölümde onlarca kişinin silahlarla öldürüldüğünü ekranlarımızda görüyoruz.

Televizyonun çocuk ve gençler üzerindeki etkisi, toplumun diğer kesimlerine oranla daha fazladır. Bu etki televizyonların sadece bilgi aktarmaları yoluyla olmayıp, daha ziyade belli davranış modelleri sunmaları şeklinde gerçekleşmektedir. Bu dizilerdeki tipler özellikle çocuklar ve gençler için büyük bir taklit kaynağı olan modelleri olmaktadır.

Şiddetin her türünün sıkça gösterildiği dizilerde, şiddet izleyiciler tarafından bir süre sonra kanıksanmakta ve hatta meşrulaştırılmaktadır. Bu durum, çocuk ve gençlerin gelişiminde olumsuz bir etki yaratmakla kalmayıp şiddete eğilimi olan birçok insana yol göstermekte ve yaptıkları ya da yapacakları eyleme meşru bir zemin hazırlamaktadır.

RTÜK İletişim Hattı'na ulaşan bir çocuğun şikayeti ise dikkat çekici bulundu. Çocuk, yaptığı şikayet başvurusunda, babasının bir dizideki karısını döven karaktere çok benzediğini belirterek "Annemle ben şu an babamdan kaçıyoruz. Lütfen diziyi bitirin. Kaç gündür size şikayet etmeye kalktım. Her seferinde beni dövdü. Lütfen bitsin de babam anneme aynısını yapmasın" ifadelerini kullandı.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, 2018 yılına ait 'Vatandaş Bildirimleri Yıllık Raporu'nu açıkladı.

RTÜK'e geçen yıl 124.234 şikayet ulaştı. En çok şikayet edilen yapımların başında dizi filmler, sohbet programları, ve tele alışveriş geliyor.

RTÜK Kamuoyu, Yayın Araştırmaları ve Ölçme Dairesi Başkanlığı verilerine göre, 2018 yılında **124.234** kişi çeşitli kanallar üzerinden Üst Kurul'un kapısını çaldı.

Şikayetler ağırlıklı olarak 444 1 178 numaralı RTÜK İletişim Merkezi'ne yapıldı. Bildirimlerin **123.409'u televizyon, 825'i ise radyo** yayınlarına yönelik gerçekleşti.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'na (RTÜK), geçen yıl vatandaşlardan ulaşan şikayetlerin büyük bölümü dizi filmlerle ilgili oldu. 2018 raporuna göre geçen yıl 124.234 kişi, çeşitli kanallar üzerinden Üst Kurula şikayetlerini ulaştırdı.

Vatandaşlar, en çok 48.000 bildirimle dizi filmleri şikayet etti.

Dizi filmlere yönelik şikayetlerin ortak noktası "**şiddet içerikli ve illegal eylemlerin yansıtıldığı sahnelerin, özellikle çocuklara ve gençlere olumsuz emsal teşkil edip benzer eylemlere teşvik ettiği, bu durumun da toplumun hukuka güvenini sarsılabileceği**" görüşü oldu.

RTÜK verilerine göre; Bir insanın, ergenlik dönemine gelinceye kadar, sadece televizyonda ortalama 200.000 şiddet sahnesi izlemekte ve uzun süre televizyon izleyen çocukların ve gençlerin yoğun şiddet eylemlerine şahit olduğu görülmektedir.

Şiddetin toplum içinde, toplum tarafından nasıl sunulduğu, nasıl kabul görüldüğü de önemlidir. Bu noktada şiddetin medyada sunulmuş biçimi önem kazanmaktadır. Şiddet ve medya ilişkisi literatürde oldukça fazla tartışılan bir konu olmuştur. Şiddetin ana kaynağı medya değildir ancak şiddetin içselleştirilmesi, normalleştirilmesi ve taklit edilmesi büyük ölçüde medya yoluyla gerçekleşmektedir. Bunun en önemli nedeni, medyada yer alan şiddet içeriğinin sunulmuş biçiminin yanı sıra bu tür içeriklerin yayınlanma sıklığıdır.

Medyada karşılaştığımız şiddet, vahşet veya bunların sonuçlarını ortaya koyan görüntü ve haberler, insan psikoloji üzerinde olumsuz etkiler yaratmakta; seyirci olarak bu haberlere maruz kalan insanlar zamanla bu görüntülere aşina olup duyarsızlaşmakta ve neticede empati yeteneğini kaybetmeye başlamaktadır.

Ayrıca şiddet içeren haberlerin ana akım medyada sıradanlaşması, suçun olağan, çekici bir faaliyet olarak algılanması, kimi zaman suçlunun saygınlık kazanması ya da adaleti sağlayan kurumların saygınlığını yitirmesi gibi sonuçları da doğurabilmektedir.

Sonuç olarak İYİ MAFYA karakterlerinin yer aldığı diziler şiddeti içselleştirmemize neden olmaktadır.

Keza DEVLET kavramına olan inancımız ise bazı kötü karakterli devlet memurları karakterini oynayan dizi oyuncularını üzerinden zedelenmektedir.

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

YENİ MEDYA /DİJİTAL MEDYA

Abdullah ÇAVUŞ (02.06.2020)

Bilgi ve içeriğin insan topluluklarına aynı anda aktarılmasını sağlayan tüm görsel ve işitsel araçlara “Medya” denmektedir.

İnsanlar medya vasıtası ile tüm dünyada yaşanan gelişmelerden ve üretilen bilgiden haberdar olur.

Medya kavramı; haber alma ve haber aktarma ihtiyacından ortaya çıkan bir iletişim kavramıdır. Hem iletişim kaynağı hem de iletişim mecraları genel olarak “medya” ifadesi altında toplanır. Haber, edebiyat, sanat, spor, bilim, teknoloji, siyaset, din, ekonomi gibi alanların hepsi bilgi veya etkinlik paylaşma üzerine kurulu ögelerdir. Mesela bir spor müsabakasını izleyen insanlar medya araçları aracılığı ile birbirleriyle iletişime geçerken, organizasyonu yapanlar ekonomik beklentiler için medya araçlarını kullanır.

Medya; kısaca yazılı, sesli ve görsel kitle iletişim araçları olarak tanımlanır. Ancak günümüzde o kadar geniş bir tanımla içine alıyor ki teknolojinin gelişim hızı bile bu tanımla ifade etmiyor. Tanzanya’daki küçük bir kabile köyüne saniyede ulaşabilme imkânı sağlayan medya araçları, uzaydan bilgi de aktarıyor, siyasilerin gündemlerini gözler önüne seriyor veya bir eğlence mecrasına dönüşebiliyor.

Son çeyrek yüzyılda hızla gelişen teknoloji sayesinde çeşitlenen iletişim araçları ile birlikte bazıları asırlardır kullanılan yazılı ve görsel medya araçlarının geleneksel olarak adlandırılmasına sebep olmuştur.

Medya kavramı günümüzde Yeni Medya ve Geleneksel Medya olmak üzere ikiye ayrılmıştır.

Geleneksel olarak kabul edilen medya araçlarının içerisinde gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi tek kanallı ve daha çok propaganda için kullanılan medya organları bulunur.

İnternet bağlantısı olan çevrimiçi herhangi bir akıllı cihaz ile (Bilgisayar, Akıllı Telefon, Tablet) yer ve mekandan bağımsız olarak erişilebilen sanal ortama “Yeni Medya” diyoruz. [1]

Yeni medya, internet ve mobil ağlar yardımıyla oluşturulan veya kullanılan yeni nesil medya düzenidir. Geleneksel medyanın aksine yeni medyanın yayın organları tümüyle dijital aygıtlar ve ortamlardan oluşmaktadır. Yeni medya, basılı yayın kaynaklarından teknolojiyle ve dijitallikle pekiştirilmemesi durumunda tümüyle uzak bir medya düzenine sahiptir.

Dijital aygıtlar üzerinden sunum yapılan tüm kaynakları yeni medyanın alanın içerisinde tutabiliriz. Örneğin internet, bloglar, web siteleri, video oyunları, video bazlı içeriklerin tümü yeni medyanın birer kanalı kabul edilmektedir.

Yeni medya tamamen **DİJİTAL** bir alan olup ortamda bulunanlara yüksek iletişim ile çift taraflı etkileşim olanağı sunar.

DİJİTAL MEDYA, insanların elektronik ortamlarda iletişim kurmak için kullandıkları platformlara verilen isimdir. Dijital medya gittikçe büyüyen bir mecradır. İnsanlar artık bütün haberleri buradan almakta ve iletişim kurmak için de bu platformları tercih etmektedirler.

Günümüzde Dijital medya geleneksel medyanın yerini almaya başlamış ve insanlar zamanlarının çoğunu bilgisayar, akıllı telefon ya da tablet ile bu dijital dünyada geçirmeye başlamışlardır. Bunda insanların günlük hayatta yapabildikleri her şeyi internetten de yapabiliyor olmalarının çok etkisi vardır. Bu durumda da insanların alışkanlıklarının yanında yaşam tarzlarında da değişiklikler olmaya başlamıştır.

Siyasiler, gazeteciler veya basın organları aracılığı ile toplumla iletişime geçer ve politikalarını aktarma ve paylaşma imkânı bulur. Bilim teknikleri için medya araçlarına ihtiyaç vardır. Edebi bir eserin ortaya çıkmasından son kullanıcıya ulaşmasına kadar her aşamasında medya araçlarının rolü vardır. Örnekleri bu minvalde artırmak mümkün. Kısaca ifade etmek gerekirse medya araçları, insanlar için ekmek ve su kadar önemli bir yere sahiptir.[\[ii\]](#)

Eskiden medya dediği zaman yazılı basın olarak gazete ve dergiler akla gelirken, görsel basın olarak ta 1990' lı yıllara kadar sadece TRT sonraki yıllarda da özel televizyonlar akla gelmekteydi.

Bugün için gelinen nokta; TRT in radyo ve TV yayınlarının tek yayın olarak etkili olduğu dönemlerden onlar TV Kanalı Yüzlerce Radyo kanalının olduğu günlere gelmiş bulunmaktayız.

Gelişen teknoloji ile sosyal medya denen bir kavram oluştu. Bu kavramın öncüleri ise Facebook, Instagram ve Twitter gibi sosyal mecralar olarak karşımıza çıkmaktadır.

Hemen sonraki süreçte ise YOUTUBE; İZLESENE COM vb. video kanalları haberleşme ve yayıncılık alanında kullanılmaya başladı.

Bunların dışında internet ortamında E gazeteler ve E Dergiler çıkmaya başladı.

Son olarak birçok gazeteci kendi kişisel sayfaları üzerinden yayınlar yapmaya başladılar.

Geleneksel medyaya alternatif olan, hızla gelişen bir sektör halini alan sosyal medyayı, medya platformları arasındaki en aktif kullanılan ve kendini sorgulayabilen bir medya sistemi olarak da ifade edebiliriz. Oldukça hızlı bir şekilde, yani anlık bilgi paylaşımına olanak verir. Mesela televizyonlarda 10-20 dakika sonra duyacağınız, gazetelerde ertesi öğreneceğiniz bir haberi anlık olarak görselleri ile sosyal medyada ulaşabilirsiniz. Kaldı ki, televizyonlar artık son dakika haberlerinin çoğunu sosyal medya araçlarını kaynak göstererek veriyor.

Sosyal medyada herkesin söz hakkı vardır. Mesela; Twitter'daki bir ankete denizin ortasındaki bir gemici de katılabilir, otobüste yolculuk yapan bir öğrencide, balkonunda kahve yudumlayan bir kadın da katılabilir.

Yer ve zaman sınırı yoktur. Kullanıcı odaklıdır. Sosyal medyanın hem olumlu hem de olumsuz yönleri çok güçlü ve etkilidir. Diğer medya araçlarına göre oldukça ucuz, hatta maliyetsizdir. Geçmiş 5-10 yıllık bir süreçle ifade edilir. Yani neredeyse tarihi olmayan çok yeni bir platformdur.

Sosyal medya gün geçtikçe kullanıcı sayısı artan bir platformdur. İçerik oluşturanların kullanıcılar olması, bilgi alışverişinin gerçek kullanıcılar tarafından yapılıyor olması ve anlık karşılıklı iletişim söz konusu olduğu için kullanıcılar tarafından çok sık kullanılan bir iletişim aracıdır. Bu nedenlerle günümüzde en etkili iletişim araçları içerisinde yer almaktadır.[\[iii\]](#)

Kişiler oluşturduğu içeriği izin verdiği diğer kullanıcılar veya gruplar ile paylaşmaktadır. Cep telefonlarının, tabletlerin kullanımının yaygınlaşması ve internete erişimin kolay olması sosyal medya da geçirilen zamanı arttırmıştır. Kullanıcılar her an ve her zaman, sokakta yürürken, işte çalışırken molalarda, ders aralarında, boş zamanlarında, otobüste giderken, arkadaşlarla kafe de otururken, trafikte, aralarda bile girilip sosyal medya da online olabilmektedir.

Günümüz teknolojisi ile yaşamımızda rol oynayan dijital medyanın, geleneksel diğer medyaların yerine geçmesi oldukça hızlı olacak gibi gözüküyor. Trans medya ismini verdiğimiz dönüşüm hızına ayak uydurabilen firmalar yakaladıkları başarı ile geleceğin yatırımını yapmış olacaklar.

[i] <https://ertugrulumuyesseroglu.com/>

[ii] Uğur Eskier/Medya Nedir, Topluma Etkileri Nelerdir?

[iii] <https://www.iienstitu.com/blog/dijital-medya-nedir>

DİKKAT...! İNTERNET OYUNLARI YOLUYLA İSTİHBARAT TOPLANIYOR

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

İnternet oyunlarından istihbarat toplanmaması teknolojinin ulaştığı boyutları göstermesi açısından son derece önemli bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bugüne kadar aileler internet yoluyla çocuklarının kötü alışkanlıklar ve yanlış arkadaşlıklar edinmesinden korkarlardı. İnternet denildi mi hep bu aklımıza gelirdi. Mavi balina oyunu gibi ölümler biten oyunlar ya da çocuklarımızın uyuşturucu, alkol batağına sürüklendiği kötü olayları hepimiz duymuştuk.

Gelinen noktada internet üzerinden ÇEVİRİM İÇİ OLARAK OYNANAN OYUNLAR üzerinden ülkeler ve milletlerin davranış kodlarını tespit etmek amacıyla istihbarat toplandığını duyunca internetin artık MİLLİ BEKA SORUNU haline gelmeye başladığını görmüş bulunmaktayız.

Çevrimiçi olarak da oynanan dijital oyunlar, oyuncuların fikirlerini, kişisel bilgileri elde etmek için bazı istihbarat birimlerince incelenmektedir. Dolayısıyla dijital oyunlar, ASKERİ VE TİCARİ ALANDA istihbarat toplama kaynağı olarak değerlendirilmektedir.

M.Ö 500'lü yıllarda yaşamış olan Çinli komutan Sun Tzu, Savaş Sanatı isimli eserinde “Düşmanı ve kendinizi iyi tanıyorsanız, yüzlerce savaşa girseniz dahi sonuçtan korkmayın. Kendinizi tanıyor ancak düşmanınızı tanımıyorsanız, ne kadar zafer kazanırsanız, o kadar da kaybedersiniz. Ne düşmanınızı ne de kendinizi tanımıyorsanız, girdiğiniz her savaşı kaybedersiniz” demiş ve özellikle askeri alanda istihbaratın önemini vurgulamıştır.

Teknolojinin gelişmesi ve günlük hayatın bir parçası haline gelmesiyle birlikte içinde bulunduğumuz dünya düzeninde çeşitli gelişmeler ve buna bağlı olarak da olumlu/olumsuz değişimler yaşanmaktadır.

Bu değişimlerin olumsuz olma sebebi, teknolojinin kötü amaçlı kişilerin eline geçmesi ya da bu kişiler tarafından kullanılmasıdır.

Bugüne kadar, insanoğlunun faydalanması, ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla bulunmuş, keşfedilmiş birçok teknoloji, yine kötü amaçlı kullanım sebebiyle kitleler halinde ölümlere dahi sebep olmuştur.

Bilgi güvenliği kavramı önceleri sadece matbu bilgilerin korunmasına yönelik çalışmaları ifade etmekteyken, bugün siber uzayın büyümesi ve günlük yaşamın büyük bir parçası haline gelmesiyle birlikte çok daha geniş bir konu haline gelmiştir.

Bilginin korunması için siber güvenlik gibi yeni kavramlar ortaya çıkmış ve buna bağlı olarak da koruyucu faaliyetlerin sınırları genişlemiştir.

Siber uzayın gelişmesiyle birlikte siber saldırı, siber suç, siber terörizm ve bunların hemen hepsini kapsamakta olan siber savaşlar, sınırları henüz netlik kazanmamış olan bu büyük alan içerisinde etkisi artan bir şekilde makineleri ve insanları tehdit etmektedir.

Tarih öncesi çağlardan günümüze kadar istihbarat, toplumlar ve devletler için önemli olmuş ve insanlık tarafından elde edilmeye çalışılmıştır. İstihbarat çağımızda insani ve çeşitli teknik araç-gereçlerle elde edilmektedir.

Teknik istihbaratta kullanılan araç-gereçler genellikle internet, uydu, fotoğraf makinası, telefon vb. olmaktadır.

Günümüzde istihbarat, devletlerin güvenliklerini sağlamak, stratejik hedeflerini planlamak ve bekalarını korumak için hayati öneme sahip olmaktadır.

Devletler dışında, uluslararası veya yerli kurum ve kuruluşlar ve **ÖZEL ŞİRKETLER** de kendileri için istihbarata gerek duymaktadır.

İhtiyaç duyulan istihbarat her ne kadar insani ve teknik olarak elde edilse de günümüzde yeni yaratılan teknolojik gelişmeler ve küreselleşmeyle birçok farklı alandan istihbarat elde edilebilmektedir.

Bu farklı istihbarat toplama alanlarından bir tanesi de çeşitli yaşta herkesin, zaman ve yer farkı olmadan oynayabildiği dijital oyunlar olmaktadır.

Öte yandan dijital oyunların, sahip oldukları sinematikler, aktardıkları bilgiler ve bunların günümüzdeki yaşanan/gerçekleşen olaylarla benzerliği dikkat çekici olmaktadır.

11 Eylül 2001 saldırılarından sonra dijital oyunlar, yaratıcıları ve yaratılmalarını sağlayanlar tarafından insanların bilinçaltını etkilemek, ideolojilerini yaymak, yaptıklarını, yapmak istediklerini ve yapacaklarını göstermek adına Hollywood yapımı filmler kadar önemli bir araç olmuştur.

Özellikle dijital oyunların, çocuklar ve gençler üzerinde bağımlılık yaptığı ve etkili olduğu göz önüne alındığında içlerinde barındırdığı bilinçaltı mesajlarla kişisel gelişimi ve sosyal hayatı etkilediği görülmektedir.

Özellikle savaş, korku, bilim-kurgu, strateji içeren dijital oyunlar, ideolojik, siyasi, askeri, teknolojik, biyolojik gibi alanlar hakkında birçok bilgi içermektedir. Çevrimiçi olarak da oynanan dijital oyunlar, oyuncuların fikirlerini, kişisel bilgileri elde etmek için incelenmektedir.

Dolayısıyla dijital oyunlar, istihbarat toplama kaynağı olarak değerlendirilmektedir.

Savaş içerikli dijital oyunların gelecekle ilgili ideolojik, siyasi, teknolojik, askeri bilgileri önceden gösterdiğini ve devletlerin istihbarat toplarken dijital oyunları da göz önüne alması gerektiğini ortaya koymaktadır.

İstihbarat açısından dijital oyunlar göz önüne alındığında oyunların internet aracılığıyla oynanıp oynanmamasına göre bir ayırım bulunmaktadır.

Gerek bilgisayar gerekse de oyun konsolu aracılığıyla olsun internet bağlantısı olmadan oynanan dijital oyunlar içlerinde barındırdıkları sinematikler ve oyun sırasındaki karşılaşılan olaylar neticesinde birçok bilgi içermektedir. İçerilen bu bilgiler siyasi, askeri, teknolojik, biyolojik (bir silah olarak hastalık), ideolojik olabilmektedir.

İnternet olmadan oynanan dijital oyunlar, internetli oynandığı takdirde de kişiler arasında haberleşmeyi sağlamaktadır. Yapılan bu haberleşmeler çeşitli firmaların veri depolama merkezlerinde depolanmaktadır.

Özellikle internet aracılığıyla yaratılan strateji temelli oyunlar, oyuncuların stratejik zekâlarını öğrenmek ve konuşmalarını elde etmek açısından tam bir cevher madeni olmaktadır.

Hatta oyun içi para karşılığı alınan materyallerde kullanılan kredi kartları sayesinde de oyuncuların kişisel bilgileri elde edilmektedir.

Bu açıdan dijital oyunlar günümüzde iletişim kurma, bilgi edinme ve istihbarat toplama yönünden bir araç ve kaynak olarak görülmek zorunda kalmaktadır.

Durum böyle olunca devletler, dijital oyunları inceleyerek gelecekte karşılaşılabilecekleri durumları görebilecek, bunların oluşup oluşmaması

durumunda ortaya çıkabilecek ihtimalleri belirleyerek kendi stratejisine yönelik plan veya planlar belirleyebilecektir.

Güvenlik açısından önemli olduğu düşünülen dijital oyunlardaki bilgiler, devletlerin sonrasında askeri teknolojik, biyolojik, siyasi, stratejik olarak herhangi bir sürpriz ile karşılaşmaması için bir karşı istihbarat toplama aracı olabilmektedir.

SONUÇ OLARAK;

Bilinen istihbarat toplama yöntemleri haricinde, gelişen teknoloji ile birlikte internete bağlı bilgisayarlar, telefonlar, online sistemler, veri tabanları son yirmi yılda yeni bir istihbarat elde etme alanı oluşturmuştur. İnternet ve internet kullanan birçok cihaz sayesinde istihbaratın elde edilmesindeki süreç kısalmış, ihtiyaç duyulan personel sayısı azalmış ve bilginin elde edilmesindeki maliyet düşmüştür.

Siber istihbarat, devletlerin kurumlarının, bankaların, şirketlerin kendi aralarında iletişim sağlamak amacıyla kullandığı kendi kurdukları güvenli ağa sızarak; medya ajanslarının yaptığı haberler üzerinden ve yeni medya olarak bilinen sosyal ağlar üzerinden yapılmaktadır.

Dijital oyunlar yoluyla milletlerin yada hedef kitlelerin belirli bir davranış karşısındaki tepkilerini, niyetlerini, amaçlarını, çalışmalarını ve planlarını göstermesinden dolayı dijital oyunları inceleyen taraflar, rakip veya düşman olarak değerlendirdiği taraflar hakkında bilgi sahibi olarak onlardan gelebilecek her türlü olaya karşı önceden hazırlıklı yapabilmektedirler.

Savaş içerikli dijital oyunlarda subliminal mesaj ve ideolojik bilgiler verildiği gibi kimi ülkelerin siyasi düşünceleri ve planları; teknolojik çalışmaları geçmişe ve geleceğe dönük olarak yansıtılmaktadır. Bu yansıtılan bilgiler geçmişte olanları ve gelecekte olacakları göstermektedir.

Keza özel şirketler şirket amaçlarına uygun PAZARLAMA STRATEJİLERİNİ internet oyunları yoluyla elde ettikleri bilgiye göre yapabilmekte ve bazı toplumlari TÜKETİM TOPLUMU olarak yönlendirebilmektedir.

Son olarak Ülkeler ve Milletleri bir arada tutan ve farkındalıklarını koyan şey İDEOLOJİLERİ dir.

TDK'ya göre ideoloji: "Siyasal veya toplumsal bir öğreti oluşturan, bir hükümetin, bir partinin, bir grubun davranışlarına yön veren politik, hukuki, bilimsel, felsefi, dini, moral, estetik düşünceler bütünü." Dür

Bir kişinin, kurumun, devletin, örgütün, topluluğun gelecekle ilgili gerçekleşmesini istediği düşünceleri ve bu düşünceleri gerçekleştirmek için planları vardır. Geleceğe yönelik bu planları ortaya sunan da bir düşünceleri bulunmaktadır. Geleceğe dönük olan bu düşünceleri ideolojilerini ortaya çıkarmaktadır. İdeoloji kısaca, geleceğe dönük hedeflere ulaşılmadaki düşünce olmaktadır.

İdeolojilerin hayata geçirilmesi için birtakım argümanlara ihtiyaç duyulmaktadır. Bunların bir tanesi de iletişimdir. İletişim üzerinden ideolojilerin sunulması için klasik kitle iletişim araçları olan radyo, televizyon, gazete kullanılmaktadır.

Fakat teknolojik gelişmeler iletişim araçlarına yenilerini eklemiştir. Bilgisayar ve akıllı telefonlar özellikle yeni iletişim araçlarının en öne çıkanları olmaktadır.

Bu iki araç insan yaşamının bilgisayar merkezli olmasını sağlamaktadır. Bilgisayarın ortaya çıkmasıyla bir çalışma üzerine yaratılan dijital oyunlar ise, yeni iletişim araçlarının önemli örneklerinden biri olmaktadır.

Sonuç olarak dijital oyunları geliştiren firmalar ve firmalara sahip olan ülkeler, dijital oyunları ideolojilerini hedef kitlelere ulaştırmak için etkin bir

şekilde kullandıkları bir iletişim aracı haline dönüştürmüştür. Hedef kitlelerin genellikle çocuklar ve ergenlik dönemindeki gençler olduğu düşünüldüğünde, ideolojik mesajların etkili olma ihtimali daha yüksek olmaktadır. Dijital oyunlardaki bu ideolojik mesajlar siyasi, askeri, ekonomik, coğrafi, toplumsal ve kültürel olabilmektedir

İvedi bir şekilde ülke olarak bu konuda araştırmalar yapıp önlemler almak zorundayız.

KAYNAKLAR

1- Siber İstihbaratın Kamu Güvenliği İçin Rolü Ve Önemi /Saim Atalay Keleştemur /Yüksek Lisans Tezi

2-Dijital Oyunlar Üzerinden Karşı İstihbarat Toplama Ve Bilgi Edinme: Assassin's Creed Örneği/Yüksek Lisans Tezi/Sercan Tırnovalı

DİKKAT MAVİ BALİNA OYUNU ÖLÜM SAÇIYOR...!

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

1- MAVİ BALİNA OYUNU NEDİR?

Oyunun orijinal adı Siniy Kit. Bu ismin Rus rock grubu Lumen'in bir şarkısından alındığı düşünülüyor. Şarkının sözlerinde “Neden çılgık atarsın / Kimse sesini duymazken / Konu ne, konu ne” diyor. Şarkı “ağı delip geçemeyen devasa bir mavi balinanın” öyküsünü anlatıyor.

Bu oyuna bir şekilde katılan kişilerden, çoğu şiddet içeren 50 talimatı yerine getirmesi isteniyor. 50 günlük bir süreyi kapsayan bu komutlar arasında derin olmayacak şekliyle kol ve bacakların kesilmesi, belirli bir süre boyunca kimse ile görüşülmemesi, yüksek sesli olarak müzik dinlenilmesi gibi aşamalar yer alıyor. 50. günün sonunda da kişiye son aşama olan “yüksekten atlayarak ya da kendini asarak” intihar etme komutu veriliyor.

Oyunun adıyla ilgili ortaya atılan bir başka iddia da zaman zaman balinaların açıklanamaz şekilde karaya vurup intihar eden hayvanlar olması.

Oyunun hızla yayılmış olmasında sosyal medya önemli rol oynuyor. Özellikle 10-14 yaş arasındaki gençler hedef alınıyor. Bu oyunu düzenleyenler, belli etiketler kullanarak ya da sıkça ziyaret edilen gruplara mesaj atarak gençleri oyuna dahil etmeye çalışıyor.

Bu oyun, Rusya'da ilk kez araştırmacı bir gazetecinin 12 yaşındaki bir kız çocuğunun intiharının ardından yaptığı araştırma sonucunda ortaya çıkarıldı. Rusya'da 2016 yılında Nisan ve Kasım ayları arasında 130'dan fazla çocuk intihar etti.

Rus güvenlik güçleri konuyla ilgili ilk operasyonu Kasım 2016'da yaptı. Oyunda diğer oyunculara talimat veren 'yöneticilerden' biri olduğu söylenen 22 yaşındaki Philipp Budeikin yakalandı ve üç yıl hapis cezasına çarptırıldı. (KAYNAK:www.sozcu.com.tr)

Türkiye'de 142 gencin intiharının Mavi Balina'yla bağlantılı olabileceği iddia ediliyor.(Kaynak:www.sabah.com.tr)

2- OYUN NASIL OYNANIYOR?

Mavi Balina telefona indirilen bir uygulama değil. Oyun, link aracılığı ile kişilerin bir yönetici tarafından yönlendirilmesi ile oynanıyor. Yönetici tarafından verilen görevlerin, gece yarısından sonra saat 02:00'da gerçekleştirilmesi isteniyor. İlk birkaç gün kişisel bilgilerin ve fotoğrafların paylaşılmasından oluşuyor ve bunlar yönetici tarafından toplanıyor.

Bu oyuna bir şekilde katılan kişilerden, çoğu şiddet içeren 50 talimatı yerine getirmesi isteniyor.

50 günlük bir süreyi kapsayan bu komutlar arasında derin olmayacak şekliyle kol ve bacakların kesilmesi, belirli bir süre boyunca kimse ile görüşülmemesi, yüksek sesli olarak müzik dinlenilmesi gibi aşamalar yer alıyor.

50 günlük bir süreyi kapsayan bu komutlar arasında derin olmayacak şekliyle kol ve bacakların kesilmesi, belirli bir süre boyunca kimse ile görüşülmemesi, yüksek sesli olarak müzik dinlenilmesi gibi aşamalar yer alıyor.

50. günün sonunda ise kişiye son aşama olan "yüksekten atlayarak ya da kendini asarak" intihar etme komutu veriliyor.

"Mavi Balina" adlı oyunda yönetici konumunda olan kişilerin, kişisel bilgilerini ele geçirdikleri kurbanlarına şantaj da yaptığı bu şekilde oyunda kalmaya zorladıkları ifade ediliyor

(KAYNAK: www.bbc.com)

3-BTK'DAN AİLELERE MAVİ BALİNA UYARISI

BTK, intiharlara yol açtığı belirtilen Mavi Balina oyunu yöneticisinin gizlice gönderdiği linklerle sosyal medya ve benzeri ortamlarda çocuklara ulaşabildiğini belirterek, aileleri dikkatli olmaları konusunda uyardı.

BTK'dan yapılan açıklamada, "Mavi Balina" adlı "katil oyun"un dünyada 130 gencin intiharına sebep olduğu, çocukları ve gençleri tehdit ettiği bildirildi.

Türkiye'de yaşanan intihar vakalarına da işaret edilen açıklamada, BTK'nın konuyla ilgili tespitleri paylaşıldı.

Açıklamaya göre oyun, tarayıcı tabanlı değil ve sosyal medya gibi ortamlarda "oyun yöneticisi" tarafından gizlice gönderilen linklerle çocuklara ulaşıyor. Oyunun engellenmesine yönelik standart bir adresi bulunmuyor. Oyun, kullanıcılar arasında özel linkler paylaşarak oynatılıyor.

Ailelerin, çocuklarının internette ve sosyal medyada oynadığı oyunlardan yaptıklarından mutlaka haberdar olması gerektiği vurgulanan açıklamada, şu uyarılarda bulundu:

"Oyunu oynamak isteyen kişilere, sözde oyunun yöneticisi görünümündeki internet korsanları tarafından virüs içerikli bir link gönderiliyor. Gönderilen bu linkle kişisel bilgileri oltalama (Phishing) yoluyla çalınan gençler yakın çevrelerindeki kişilerle ilgili tehdit, şantaj ve siber zorbalığa maruz kalıyorlar. Oyuna katılan kişilerin, oyun üreticisinin bilinçli tercihiyle gece

saatlerinde yapılması istenen çeşitli ve ürkütücü görevlerle ruh sağlıkları bozuluyor. 50 gün boyunca devam eden bu sürecin sonunda, oyunu oynayan kişiler üzerinde yanlış değer yargıları ve değersizlik hissi uyandırılıyor son görev olarak intihara yönlendirme sağlanıyor."

Açıklamada, günümüzde modern hayatın ve dijitalleşmenin etkisiyle çocukların ve gençlerin internette yalnız geçirdikleri sürenin arttığına değinilerek, "Günümüzde çocukların evde bilgisayar başında olmaları onların 'güvende' oldukları anlamına gelmiyor." değerlendirmesinde bulunuldu.

Dikkat edilmesi gereken konular ise şöyle sıralandı:

- Çocukların sosyal medya ve internet ortamında bu tarz tuzaklara düşüp, üzücü olayların yaşanmaması için aileler, çocuklarının internet kullanma alışkanlıklarını mutlaka takip etmeliler.
- Aileler, çocukların oynadıkları oyunları mutlaka birlikte belirlemeliler.
- Oyun başında ve internette geçirilen sürenin sınırlandırılması ve oyunun çocukların yaşına uygun olması gerekir.
- İnternet ortamında "bilinmeyen" yabancılara karşı şüpheyle yaklaşılması ve bu kişilerin hayatı açısından tehlikeli sonuçlar doğurabileceği çocuklara mutlaka anlatılmalı.
- Aileler bu konuda sorumlu ebeveyn yaklaşımları sergilemeli, gerekirse bir uzmandan destek almalı, çocuklarını sosyal aktivitelere yönlendirmeli ve sosyal paylaşım ağlarında onlarla arkadaşlık ederek, internet adımlarından haberdar olmalılar.(Kaynak: www.karar.com)

4- ÇOCUKLARIMIZI NASIL KORUYABİLİRİZ

Bilgisayar, tablet, akıllı telefon gibi internete bağılı cihazları hayatlarının bir parçası haline getiren çocukların yeterli bilince sahip olmadığını dile getiren Bitdefender Türkiye Operasyon Direktörü Alev Akkoyunlu, Mavi Balina oyunu ile tekrar gündeme gelen siber risklere karşı çocuklarını korumak isteyen ebeveynlerle tavsiyelerini paylaşıyor.

İşte madde madde alınacak önlemler;

- Çocuğunuzu oyalamak ya da kendinize biraz zaman ayırmak için internete bağılı cihazları kullanmaktan kaçının. Ebeveyn rehberliği olmadan çocuklar saatlerce çevrimiçi oyun oynayabilir veya internette sörf yapabilir.
- Aile bilgisayarını ekranını herkesin görebileceği bir yere koyun.
- Kuralları belirlemek önemlidir. Çocuğunuza bilgisayar kullanımı ile ilgili kurallar koyun ve onlarla nelerden endişelendiğiniz hakkında konuşun.
- Çocuğunuzu müstehcenlik ve saldırganlık içeren spam mesajlar, anlık mesajlar ve e-postaları cevaplamaması konusunda uyarın.
- Çocuğunuz sosyal medyada hesap oluştururken, gizlilik ayarları için ona yardımcı olun. Maruz kalacağı içerikleri kısıtlamak konusunda teşvik edin ve çevrimiçi arkadaşlarını gerçek hayatta da tanıdıklarından emin olun.
- Çocuğunuza mobil uygulamalar indirirken dikkatli olması konusunda öğüt verin. Uygulamaların bazıları saldırgan reklam yazılımları ve ücretli hatlara mesaj gönderen kötü amaçlı yazılımlar içeriyor olabilir. Oyunları ve diğer mobil uygulamaları sadece resmi uygulama mağazalarından indirin. (KAYNAK: www.haber7.com)

İNTERNET OYUNLARININ BAĞIMLILIK YAPAN OLUMSUZ ETKİLERİ

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

TBMMM bünyesinde kurulan “İnternet Araştırma Komisyonu” verilerine göre; evde, internet kafelerinde, iş yerlerinde ülkemizde her gün 20 milyonu aşan kişi internette sanal oyun oynamaktadır.

Dünyada ise 1 milyarın üzerinde insan aktif olarak oyun oynuyor.

Bazıları günde 20 saatini ayırıyor. Okula gidiyorum deyip internet kafeye kaçanlar. Ya da okula gitse bile arkadaşlarıyla nöbetleşe oyun takip edenler. Evliliği dağılan yetişkinler var. Çoğu gerçek zamanlı, 24 saat devam eden bilgisayar oyunları yüzünden, dünya şimdi yeni bir sosyal problem yaşıyor: Oyun bağımlılığı.

Bu gün internet ortamında oynanan oyunlar kişilerde bağımlılık yaratmaktadır. Hatta Mavi Balina örneğinde olduğu gibi bazılarının sonu ölümlerle bile sonuçlanabilmektedir.

Sanal oyunlar, etkileri ve sanal oyunlar yoluyla istihbarat toplama konusu çeşitli araştırmalara ve akademik alışmalara konu olmaya başlamıştır.

Ülkemizde de İstanbul Aydın Üniversitesinde AYDIN TIRNOVALI “DİJİTAL OYUNLAR ÜZERİNDEN KARŞI İSTİHBARAT TOPLAMA VE BİLGİ EDİNME: ASSASSIN’S CREED ÖRNEĞİ” isimli yüksek lisans tezini 2019 yılında yazmıştır.

İş bu makalemiz özelinde bu tezdeki bilgilerden genelinde ise internette bu konuda yazılmış olan yazılardan hareketle derlenmiş, hazırlanmıştır.

I- DİJİTAL OYUN ÇEŞİTLERİ:

AYDIN TIRNOVALI 'nın yüksek lisans tezinde Dijital Oyunlar 6 ayrı kategoriye ayrılmıştır.

Bu Akademik Çalışmaya Göre Dijital Oyun Çeşitleri Aşağıdaki gibidir.

1- Aksiyon oyunları:

Genellikle konusu savaş olan ve atış içeren, hareketin, hızın, reaksiyonun önemli olduğu şiddet ve adrenalin içeren oyunlara aksiyon oyunu denmektedir. Bu tür oyunlarda başarılı olmak; oyuncunun dikkatine, zamanlamasına, oyundan aldığı etkiye karşılık vereceği tepkiye ve bu etki-tepkide önemli olan el-göz koordinasyonuna bağlı olmaktadır. Bu tür oyunlarda, oyuncu ne kadar dikkatli ve hızlı olursa oyundan alacağı keyif artmaktadır. Bu açıdan, aksiyon oyunları bir beceri ve koordinasyon gerektirmektedir.

2-Aksiyon-macera oyunları:

Aksiyon ve macera oyunlarının unsurlarının birleşmesi ile ortaya çıkan en yaygın oyun türüdür. Bu oyun türünde, oyun belirli bir hikâyeye anlatıya sahip olmaktadır. Oyun, belirli olayların çerçevesinde gelişmekte olup; oyunlarda oyuncular, keşif yapma, belirli araç-gereçleri, sembolleri toplama, silahlı/silahsız çatışmaya girme, hayatta kalma gibi birçok görevi yerine getirmek zorunda kalmaktadırlar.

3- Macera oyunları:

Macera oyunları metin ve grafik temelli olarak ikiye ayrılmaktadır. Macera oyunlarında oyuncunun keyif aldığı durum sunulan bulmacaların çözümüdür. Oyun süresi boyunca ideal karakter, değişim dönüşüm geçirmektedir. Macera oyunlarında gizem, bulmaca/şifre çözme, araştırma, keşfetme gibi unsurlar ön plana çıkmaktadır. Macera oyunlarında belirli bir hikâyeye odaklanılmaktadır. Oyunda yapılan araştırmalar sonucunda ortaya çıkan gizemler ve bulmacalar çözülerek farklı gizemlere ve bulmacalara ulaşılmaktadır. Oyuncu gizemleri ve bulmacaları çözerken bulduğu materyalleri kullanmaktadır.

4- Strateji oyunları:

Strateji oyunları, oyuncuların belli taktik içerisinde belli sorunları çözerek kendilerini geliştirmeye dayalı bir oyun türüdür. Strateji oyunlarında genellikle tema, savaş içeriklidir. Oyuncu bir ülkeyi ve bir orduyu kontrol ederek hem kendini geliştirmeyi hem de düşmanını yok etmeyi hedeflemektedir. Bu hedefine ulaşabilmek için, çeşitli kaynaklara ihtiyaç duymaktadır. Bu kaynakları üretmek ve yaratmak için, iyi bir taktik geliştirmeli ve ekonomik zorlukların üzerinden gelebilmelidir. Bunu başarabilen oyuncu ülkesini geliştirmeye ve ordusunu kurup güçlendirmeye başlayabilir. Sonrasında taktik, zamanlama ve iyi bir planlama ile savaşabilir. Strateji oyunlarında, oyuncu başarılı olmak için taktik kurma, planlama, zamanlama, gibi unsurları doğru bir biçimde

5- Simülasyon oyunları:

Simülasyon oyunları gerçek yaşamdaki her türden etkinlikleri sanal oyun ortamına aktaran oyunlardır. Simülasyon oyunları genelde bir araç kullanımına yönelik yapılmaktadır. Uçak, tren, gemi, traktör, tır, vs. araçların kullanılmasına yönelik simülasyonlar bulunmaktadır.

Bu oyunlar genelde eğitim amaçlı yaratılmaktadır. Oyunlarda bir hedefe ulaşmaktan çok oyuncunun oyun karakterini serbestçe kontrol ederek kendisini geliştirmesi üzerinde durulmaktadır.

6-Spor ve dövüş oyunları:

Spor oyunları, bireysel ve takım olarak gerçekleştirilen geleneksel spor dallarını temel alan sanal oyunlardır. Futbol, basketbol, boks, avcılık, at yarışı gibi birçok spor türü dijital oyun olarak yapılmıştır.

7- Rol yapma oyunları:

Oyuncunun sanal bir dünyada oyun karakterinin kimliğine büründüğü, hareketlerini kontrol ettiği oyunlardır. Rol yapma oyunların başında, oyuncu kendine bir karakter yaratır. Yaratılan karakter istenilen fiziksel görünüme büründürülebilir ve kısmen bazı yetenekleri geliştirilebilir. Oyuncu, verilen ana görevleri ve yan görevleri yaparak tecrübe puanları kazanmakta ve kazanılan tecrübe puanları belli bir miktara geldiğinde seviye atlamaktadır.

II-SANAL OYUNLARIN ETKİLERİ VE BAĞIMLILIK:

Dünyada ise 1 milyarın üzerinde insan aktif olarak oyun oynuyor.

Bazıları günde 20 saatini ayırıyor. Okula gidiyorum deyip internet kafeye kaçanlar. Ya da okula gitse bile arkadaşlarıyla nöbetleşe oyun takip edenler. Evliliği dağılan yetişkinler var. Çoğu gerçek zamanlı, 24 saat devam eden bilgisayar oyunları yüzünden, dünya şimdi yeni bir sosyal problem yaşıyor: Oyun bağımlılığı.

Sanal oyunlar, gerçek ve gerçek olmayan kavramların tartışılmasına ve birbirine karıştırılmasına en önemlisi de davranışsal bağımlılığa yol açıyor. Araştırmalar şiddet içeren sanal oyunları oynayan gençlerin rüyalarında savaşa devam ettiklerini gösteriyor.

Uzmanlara göre, anne ve baba rol model olmalı ve ailenin birlikte geçirdiği zamanın artırılması şart.

Rusya'da 15 yaşındaki bir çocuk, sırf insan öldürmenin nasıl bir his olduğunu merak ettiği için favori bilgisayar oyunundaki senaryoyu uygulayıp genç bir kadını öldürdü.

Kalabalık nüfusu sebebiyle oyun üreticilerinin gözde ülkesi Çin'de bir oyuncu, oyunda çok değerli olan kılıcı çaldığı gerekçesiyle bir başka oyuncuyu öldürdü. Çinli oyuncu cinayet suçundan idama mahkûm edildi. Çin hükümeti, üç saatten fazla bilgisayar başında kalmayı yasakladı. Online denetim sistemi sayesinde, oyun üç saatten fazla oynandığında oyundaki karakter gerilemeye başlayacak.

İnternet ve teknolojik gelişmeler neticesinde, küreselleşmenin de etkisiyle dijital oyuna olan bağımlılığın artmasıyla dijital oyunlar yeni bir iletişim aracı olmuş ve hakimiyet alanları giderek artmıştır.

Bilgisayar oyunları, teknolojik gelişmenin getirdiği bir olanak. Gerçeklik duygusu gelişmiş, okulunu, işini, insanlarla ilişkilerini sürdürebilen bireyler için, hayatın getirdiği zorluklardan kısa süreli bir kaçış, belki bir beyin jimnastiği.

Ancak aşırıya vardığında, kişinin içinde yaşadığı şartları doğru değerlendirmesini engelliyor, sorumluluklarından uzaklaştırıyor, gerçekçi olmayan çözüm yolları bulmaya itiyorsa, bu oyunlar üzerine ciddi şekilde düşünmek gerekir.

Belki çok abartılı gelebilir ama yeni oyunlar, bazı kişiler için oyun olmanın çok ötesinde. İnsanlar onları değil, onlar insanları kontrol ediyor. Bir çeşit uyuşturucu gibi.

Yazımıza kaynak teşkil eden akademik çalışmada oyunların insanlar üzerindeki etkileri aşağıdaki başlıklar halinde incelenmiştir.

1- Dijital Oyunlarda İdeoloji:

Bir kişinin, kurumun, devletin, örgütün, topluluğun gelecekle ilgili gerçekleşmesini istediği düşünceleri ve bu düşünceleri gerçekleştirmek için planları vardır. Geleceğe yönelik bu planları ortaya sunan da bir düşünceleri bulunmaktadır. Geleceğe dönük olan bu düşünceleri ideolojilerini ortaya çıkarmaktadır. İdeoloji kısaca, geleceğe dönük hedeflere ulaşılmadaki düşünce olmaktadır.

Dijital oyunlardaki bu ideolojik mesajlar siyasi, askeri, ekonomik, coğrafi, toplumsal ve kültürel olabilmektedir. Dijital oyunları geliştiren firmalar ve firmalara sahip olan ülkeler, dijital oyunları ideolojilerini hedef kitlelere ulaştırmak için etkin bir şekilde kullandıkları bir iletişim aracı haline dönüştürmüştür. Hedef kitlelerin genellikle çocuklar ve ergenlik dönemindeki gençler olduğu düşünüldüğünde, ideolojik mesajların etkili olma ihtimali daha yüksek olmaktadır.

2- Dijital Oyunlarda Subliminal Mesaj

Dijital oyunlar nasıl ideolojilerin tanıtılmasında, hayata geçirilmesinde bir araç olarak kullanıldıysa, insanlarda algı oluşturmak, insanları etkilemek ve yönlendirmek için de subliminal mesajları aktarmak için bir araç olarak kullanılmaktadır.

Subliminal mesajlar genel ve temel olarak bilinçaltı mesaj olarak tanımlanmaktadır. Bilinç: annemizin karnında bir şeyleri hissetmeye başladığımız andan itibaren öldüğümüz ana kadar süren çevremizdeki olup bitenin farkında olmamızı sağlayan beyinsel bir faaliyet olmaktadır.

Bilinçaltı ise, bilinci direkt olarak etkilemeyip daha sonra etkileyen, bilinç içinde yer alan ama aktif olmayanın bir etki ile aktifleşmesiyle ortaya çıkan beyinsel faaliyet olarak tanımlanmaktadır.

Böylece bilinçaltı mesaj da, beynimizin görme, işitme olarak algıladığı ama bilinçli bir şekilde hafızalandıramadığı bir ileti olmaktadır.

Subliminal mesajlar, insanın bilinçli olarak algılayabileceği fiziksel sınırların altında genellikle duyu organlarının fark eşik değerlerinin altında verilmektedir.

Duyu organlarının fark edemediği uyarılar beyin tarafından algılanabilmektedir. Fakat algılanan uyarıların çoğunun farkına varılamamakta ve bu yüzden dikkatin farklı yönlere yöneldiği görülmektedir.

Subliminal mesajların verilmesindeki temel neden, mesajı alanı bir konu, olay hakkında ikna etmek olmaktadır

KAYNAKÇA

Sercan TIRNOVALI Yüksek Lisans Tezi

DİJİTAL OBURLUK VE DİJİTAL DİYET

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

Obezite, tüm dünyada insan sağlığını tehdit eden bir hastalık. Ülkemizde ve Dünyamızda hareketsiz yaşam ve beslenme şekli dolayısıyla hızla yaygınlaşan bir hastalık. Nedenleri saymakla bitmez. Ancak hareketsiz yaşam bunların başında gelmektedir.

İnsanları hareketsiz yaşama bağlı kılan şeylerin başında ise DİJİTAL DÜNYA VE TELEVİZYONLAR gelmektedir. Bunlara olan bağımlılık sonucu **DİJİTAL OBURLUK** diye yeni bir OBEZİTE türü ortaya çıkmıştır.

RTÜK tarafından 2018 yılında yapılmış olan bir araştırmaya göre; Türkiye’de 15 yaş üzeri insanlar günde ortalama 3 saat 34 dakika televizyon izlemektedir.

Bu izlenme oranı 2006 yılında yapılmış olan bir araştırmada 5 saat 8 dakika olarak tespit edilmişti.

Yetişkinlere göre evde daha fazla vakit geçirmekte olan çocuklarda ise televizyon izleme süreleri daha fazladır. Günümüzde Ana babalar, çocuk eğitimi ve çocuk yetiştirme gibi zorunlu bir görevi ‘elektronik bakıcı’ olarak tanımlanan televizyona devretmişlerdir.

Birçok çocuklu ailede anneler ev işi yaparken çocuklarını televizyon karşısına oturtmakta ve çizgi film ya da müzik kanalı açarak oyalamaktadır. Televizyonlarda çizgi film olmadığı durumlarda ise bilgisayar, laptop, tablet veya cep telefonları sayesinde internet erişimi sağlayarak çizgi filmlere ulaşabilmektedirler.

RTÜK tarafından 2017 yılında 6-18 yaş arasındaki çocuklarla ilgili 26 ilde yapılan diğer bir araştırmada da çocuklara hangi tür televizyon programı seyrettikleri sorulmuş olup verilen cevaplarda öncelik sıralamasında en çok izlenen program türleri şöyledir.

- % 28.7 izlenme oranı ile 1. öncelikli “çizgi filmler”,
- % 20.5 izlenme oranı ile 2. öncelikli “yarışma programları”
- % 15.6 oranı ile 3. öncelikli “yerli diziler”. “

We Are Social ve Hootsuite’in ocak ayında yayımlanan ‘Digital 2020’ raporunun çok ilginç sonuçları var.

Rapora göre;

- Dünya çapında 4.5 milyar kişi internet kullanıyor, bu küresel nüfusun yüzde 59’una denk geliyor. Türkiye’de ise 62.7 milyon internet kullanıcısı var.
- Tipik bir kullanıcı, uyanık olduğu zamanın yüzde 40’ından fazlasını internette geçiriyor ve 2020’de insanlık hep birlikte toplam 1.25 milyar yılını internet kullanarak geçirmiş olacak.
- Dünya ortalamasına bakıldığında kullanıcıların internette geçirdiği günlük süre 6 saat 43 dakika. Türkiye’de ise internette günde ortalama 7 saat 29 dakika geçiriliyor.
- Küresel ortalamalara göre bir kişi günde ortalama 2 saat 24 dakikasını sosyal medyada harcıyor.

İnsanlar daha az hareket ettikçe, **dijital çağın** hastalığı olan obezite de daha çok artış göstermektedir. Ayrıca fiziksel aktivite, hormonların nasıl çalıştığını da etkilediğinden, vücudun gıdaları işleme şekli de dolaylı olarak etkilenir.

İşte burada yazımız konusu ile ilgili bir açmaz ortaya çıkıyor.

Tavukmu yumurtadan çıktı?

Yumurtamı Tavuktan çıktı?

Sorusuna benzer bir şekilde biyolojik obezitenin nedeni olan hareketsiz yaşamın nedenlerinden biri **DİJİTAL BAĞIMLILIK**.

Tersinden bakacak olursak Biyolojik **OBEZİTE** sonucu evden çıkamayanlar zamanlarını **DİJİTAL DÜNYA** da ya da Televizyonların karşısında geçirmekteler ve **DİJİTAL OBEZİTEYE** yakalanmaktalar.

Bilindiği üzere; Obezite ya da halk arasında bilinen adıyla şişmanlık, vücutta fazla miktarda yağ birikmesi sonucu ortaya çıkan ve mutlaka tedavi edilmesi gereken bir hastalıktır. Obezite, besinlerle alınan enerji miktarının, metabolizma ve fizik aktivite ile tüketilen enerji miktarını aştığı durumda ortaya çıkar.

Obezitenin birçok nedeni bulunuyor. Ancak bu hastalığın oluşmasındaki en büyük etken hareketsiz yaşam ve sağlıksız beslenme.

Dünya Sağlık Örgütü, obeziteyi “sağlığı bozabilecek anormal veya aşırı yağ birikimi” olarak tanımlıyor. **DİJİTAL OBEZİTEYE** de “sağlığı bozabilecek anormal veya aşırı bildirim alımı” diyebiliriz.

Dijital Bağımlılıkla Mücadele Derneği (DİBAMDER) Genel Başkanı ve Cumhuriyet Üniversitesi (CÜ) Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Bölümü Öğretim Üyesi Doç. Dr. Tuncay Dilci, üç yıllık bir çalışma sonucu 45 soruda bireyin dijital bağımlılığını ölçen "Dijitalanalist" adlı programa imza attı.

Dilci, dijital bağımlılığın yeni bir nesil ortaya koyma aşamasında olduğuna dikkati çekerek, "Yeni çağa adını vereceğimiz 'dijitalizm' diye tanımladığımız ve yine 'sanalizm' olarak da ifade edeceğimiz insan davranışları ve onların karakteristikleri üzerine etki edecek yeni bir akımla karşı karşıyayız. Bugün bu içinde bulunduğumuz dijitalizm döneminin yeni bir nesil ortaya koyma aşamasında olduğunu biliyoruz" dedi.

İnternet başında harcanan zaman arttıkça **DİJİTAL OBEZİTE** de artar. Elbette bu süre boyunca sosyal medyada profilleri gezmek yerine üretken işler yapan kullanıcılar da var, onlar bu tanımın dışında kalıyorlar. Beynimiz bir bildirim saldırısı altında, internete bağlı bir ekrana baktığımız an binlerce sinyal alıyoruz ve zihnimiz bunları işleyemiyor ve kenara atıyor. Bu durum fiziksel obezitede de aynı, vücudunuzun sindiremeyeceği veya ihtiyacınızdan fazla besin yerseniz vücudunuz bunları yağ olarak depolar. Kapasitesinden fazla bildirim alan beyin bunları işleyemez ve psikolojik sorunlar ortaya çıkar.

Dijital obezlikten en çok bizim gibi ekonomik olarak gelişmekte olan ülkelerin etkileneceği muhakkak. Yıllardır izlenmese bile yatana kadar açık kalan TV adeta evin gizli bir ferdi gibiydi. Şimdi TV'nin yanına akıllı telefonlar, tabletler, oyun konsolları, sosyal medya kanalları eklendi. Bu nedenle en büyük eğlencesi televizyon olan bizlerin hayatına birdenbire bir sürü yeni teknolojik alet ve alanların girmesi ile biz, bir anda sudan çıkmış balığa döndük.

Sokakta, bahçede oynamayan ancak sanal alemde buluşan ya da fiziken bir arada olsa bile tek kelime konuşmayan çocuklarımız var artık. 40 dakikalık derste sıkılan ancak herhangi bir ekranın başında saatler harcayan, kafasını kaldırmadan sadece sanal dünyaya odaklanmış çocuklar var.

Sadece iki-üç kelimelik kısa cümlelerle “Hadi şunu yapalım, hadi bunu yapalım” dan öteye geçmeyen, birbirinin yüzüne bakmayan ama sorsan çok eğlenen, muhabbetin belini kıran çocuklar var. Tabirimiz hazır: Zamane çocukları. Konuşmak yerine emoji, kısaltma kullanmayı tercih eden çocuklarımız var.

İşte bu çocuklar teknoloji bağımlılığı da diyebileceğimiz “**Dijital oburluğun**” pençesindedir. Son derece sağlıksız bir o kadar da tehlikeli bir yaşam tarzı. İletişimsiz, sanal, içe kapanık, kapalı kutu, ön görülemeyen, klasik manada asosyal ama sanal sosyallikten nasiplenmiş, mavi balinanın peşine düşecek kadar “afyonlanmış” bir nesil oluştu artık.

Dijital obezite internette geçirilen aşırı zamanın dijital sonuçları olarak değerlendirilebilir. Dünyadaki dört milyar internet kullanıcısı günde ortalama altı saatini internette geçiriyor. Türkiye’de ise yedi saat dokuz dakika. Geçirilen bu yedi saat üretici, yapıcı amaçlar için kullanılıyorsa az, sosyal medya gibi ortamlarda tüketim amacıyla geçiriliyorsa çok! Yani nicelik değil nitelik önemli. Türkiye dahil dünyanın pek çok ülkesinin dijital inovasyon performansına bakıldığında “tüketim” ağırlıklı olduğu kolayca tespit edilebilir.

İşte o nedenle dijital obezite! Peki dijital detoks yapmak bir çözüm mü? Yani belli dönemlerde internetle, dijital aletlerle, uygulamalarla zaman geçirmeyi sınırlamak. Olabilir ama pansuman çözüm düzeyinin üstüne çıkmaz.

Belli bir dönem diet yapıp ardından yeniden eski yeme alışkanlığına dönmek gibi. Asıl önemlisi kalıcı, dengeli bir dijital etkileşim modeli geliştirebilmek. Bireysel ya da toplumsal yaşam kalitesini artırmaya yönelik, üretim-tüketim dengesini koruyacak bir model.

Dijital Oburluktan Kurtulmak için yapılacaklar listesi:

- Sosyal medya için telefon ayarlarından en fazla 1 saat olan kısıtlamayı koy,
- Erken kalkmaya çalış, iyi bir kahvaltı (ve sofrayı story atma:)), az yemek ye,
- Dijital dünyayı Yoga ya da pilates öğrenmek, canlı orkestralar dinlemek, sanal müzeler gezmek için kullan,
- Günde 2 saat kitap oku,
- Bol bol düşün, analiz et, gün sonu raporu al, günlük tut,
- Düşünsel deneyler yap, kalabalık olmayan bir yerdeysen gece yürüyüşlerine çık, evde spor yap,
- Her gün olmasa da 2 günde bir arkadaşınla ya da arkadaş grubunla üzerine düşündüğünüz konuları video konferans ile tartış.

KAYNAKLAR

<https://alikirac.home.blog/2019/05/25/dijital-oburluk-obezite-ve-diyet/>

<https://www.memorial.com.tr/hastaliklar/obezite-nedir-belirtileri-nelerdir>

<https://medium.com/@bahadirkundakci/korona-g%C3%BCnlerinde-dijital-diyet-f56c23cba2bf>

<https://www.tolgaakkus.com/2019/09/dijital-obezite/>

<https://www.ttdijital.net/gercek-otesi-dijital-obezlik/>

<https://tr.sputniknews.com/bilim/201906261039480632-dijital-bagimlilik-olcen-program-gelistirdi/>

XYZ KUŞAĞI DERKEN C KUŞAĞI HAYIRLI OLSUN...!

ABDULLAH ÇAVUŞ (23.03.2019)

Son 50 yılda teknolojiye meydana gelen hızlı gelişmelerle birlikte internet sayesinde KÜRESEL KÖY haline gelen dünyamızda bilgiye kolay ulaşmanın yanında kültürler arası iletişimde yaşanmış ve bunun sonucunda kuşaklar arası geçişlerde aynı hızla gerçekleşmiştir.

Günümüzde Dijital dönüşüm hızlı ve kaçınılmaz bir şekilde devam ediyor.

Ben bilmem GOOGLE bilir döneminden, kişilerarası iletişimi kolaylaştıran FACEBOOK, INSTAGRAM, TWITTER, LINKEDIN vb bir sürü sosyal medya oluşumları hayatımıza girmiş olup gençler buradaki trendlere göre yaşam şekillerini ve davranışlarını belirlemektedir.

Sürekli değişen ve gelişen dijital dünyada bir değer yaratmak ve aynı anda bu değere sahip olmak için büyük bir mücadele var.

Dünya bugün;

- Gezegenlere seyahat,
- Roketle seyahat,
- Yapay zekâ,
- Robotların yönettiği dünya,
- Endüstri 4.0,
- Otonom araçlar,
- Uçan otomobiller,
- 1200 Km hızla seyahati sağlayacak hyperlooplar,
- Yeni enerji kaynakları ve uzun süre depolanması,
- İnsan beynine ve vücuduna çiplerin yerleştirilmesi,

- Yaşamın uzaması,
 - Doktorların ve hukukçuların yerini yapay zekâ ile donatılmış akıllı süper bilgisayarların veya robotların alması,
 - 3D yazıcılarla insan vücudu için organ üretimi,
 - Akıllı kentler,
 - Toprak gerektirmeyen çiftliklerin kurulması,
 - Başka gezegenlerde kolonilerin kurulması,
- gibi konularını konuşuyor.

Teknolojik gelişmelerle dolu 50 yıl gibi kısa bir süre içerisinde X, Y VE Z KUŞAĞI derken bugünlerde C KUŞAĞINDAN söz etmeye başlamış durumdayız.

Peki nedir bu kuşaklar?

1- X kuşağı ortalama 1965-1979 yılları arasında doğanlardır ve kısmen dijital çağa biraz geç kalmış kuşaktır.

Buna göre en yaşlısı 53, en genci 39 yaşında olan bir nesilden bahsediyoruz. Bu nesil çevresine uyumlu, aidiyet duygusu güçlü, sadık, çalışmaya önem veren bir kuşak olarak tanımlanmaktadır. İş yaşamında çalışma saatlerine uyumlu, belli bir çalışmadan sonra terfi edebileceğini düşünen bu nesil, birçok icada ise şahitlik yapmıştır. Dünyaya gözlerini merdaneli çamaşır makinasıyla açmış, transistörlü radyoyu görmüş, tüplü televizyondan siyah beyaz dünya kupası izlemiş X kuşağı teknolojik anlamda da ciddi bir dönüşüm yaşamıştır.

2- Y kuşağı 1980-1999 yılları arasında doğan, Türkiye’de ve dünyada dijital değişimleri sırtlayan, dijitalin bir bakıma öncüsü olan insanlar çoğunlukla bu kuşaktadır.

Y neslinin en yaşı 33, en genci ise 14 yaşındadır. Kuşaklar arası farklılığın en çok hissedildiği nesil özelliği taşırlar. Çünkü onlar bağımsız olmayı seviyorlar, özgürlüklerine düşkünler ve iş yaşamlarında da farklılar. Belirlenen mesai saatleri arasında çalışmayı sevmiyorlar. Bu yüzden, iş saatinden ziyade işe odaklanmaları gerekiyor. Bu durumda onları işin bir parçası haline getirmek önemlidir. X nesline göre Y neslinin örgütsel bağlılıkları azdır ve çok fazla iş değiştirdikleri de söyleniyor.

Bir an önce yönetici olmak ya da kendi işlerini kurmak istiyorlar. Onlar, iş hayatını sadece yaşamlarını sürdürebilmek için değil, daha rahat para harcamak için istiyorlar. Y nesli, çok farklı kişisel özellikler taşımakta ve özellikle üniversitelerden yeni mezun olanları kapsamaktadır. Y neslinin uyumsuz olduğu, kendisinden farklı düşünenleri acımasızca eleştiri yağmuruna tuttuğu da bir gerçek. Bu durum aşırı bireyci olmasından ve otorite tanımamasından kaynaklanıyor.

3- Z kuşağı 2000 yılı ve sonrasında doğanlar için kullanılır. Doğarken dijitalle tanışma fırsatı elde etmişlerdir. Ebeveynlerin sıkışınca eline iPad vb. vererek susturduğu küçük çocuklar da, okulda Candy Crush, Clash of Clans gibi popüler mobil oyunların muhabbetini yapan ortaokul çocukları da bu kuşağa dahildir. Teknolojiyi küçüklükten başlayarak hayatın her aşamasında etkin kullanacakları için aynı anda birden fazla iş yapabilme becerisinin ileride gelişebileceği tahmin ediliyor.

İnternet ve mobil teknolojileri kullanmayı seviyorlar. Günümüzde yaygın olan akıllı telefonlar, iPad'ler ya da tablet bilgisayarlar ile her alanda aktifler. Özellikle internet aracılığıyla sosyalleşmeyi tercih ediyorlar. Diğer nesillerden farklı olarak, internet ve teknoloji ile doğdukları tabir edilir.

4- C kuşağı ise bu 3 kuşağın dijital düşünebilen ve onu hayatına dahil edebilen bireylerini kapsayan bir kuşaktır. Bu kuşak, internetle sosyalleşmeyi benimserken, dijital çağın getirdiği hız ve hemencilik ile beklemeye karşı tahammülünü yitirmiştir. Örneğin 1 hafta onlar için çok uzun bir süredir.

İsmindeki 'C' harfi 'tüketici' (consumer), 'bağlantıda' (connected) ve 'içerik' (content) kavramlarından yola çıkarak verilmiş. Hatta 'iletişim kuran' (communicating), 'bilgisayarlı' (computerized) ve 'tıklayan' (clicking) gibi anlamların da 'C' harfinde kapsandığı öne sürülüyor

C kuşağının daha önce kuşakları ayırmak için kullandığımız doğum yılı/yaş gibi bir ayrımı bulunmadığını belirtelim. Her yaş C kuşağına dahil olabilir. C kuşağı yaratıcı, bağlanmaya ve topluluk içinde yer almaya istekli, internet ile oldukça ilgili kişilerden oluşuyor. Özellikle genç neslin internet ile iç içe olması, Y kuşağının %80 gibi ciddi bir oranının C kuşağına dahil olmasına sebep oluyor.

C kuşağını biraz da rakamlar ile inceleyelim.

1- C kuşağının %67'si kendi fotoğraf ve videolarını sosyal ağlarında paylaşıyor.

2- C kuşağı trendleri takip ediyor ve gelecekte nelerin popüler olacağını da söz sahibi.

3- C kuşağı için karar verme bir takım çalışması. %85'i satın alma tercihlerini gerçekleştirirken, akranlarının tercihlerini izliyor ve etkileniyor.

4- Sosyal medyayı oldukça sıkı takip ediyorlar. C kuşağının %65'i sosyal medya profillerini günlük olarak güncelliyor.

5- C kuşağının yine %91 gibi çok ciddi bir oranı telefonuyla birlikte yaşıyor ve telefonları yanında uyuyor.

6- Youtube'a oldukça ilgi gösteren kuşak, Youtube videolarını tam ekran izliyor. Bu aslında bu kuşağa hitap etmek isteyen markaların geleneksel reklamlara oldukça büyük bütçeler ayırmak yerine Youtube Adwords'e yönelmeleri için oldukça iyi bir veri. Aynı zamanda Youtube'a akıllı telefonlarından bağlanma oranı %80.

7-C kuşağı ilgi alanları hakkında konuşmaya önem veriyor ve %39'u eğer kendi ilgi alanlarına ilgilirse reklamlardan rahatsız olmuyor.

Her geçen gün sosyal medya kullanıcılarının daha da arttığını düşünürsek C kuşağı yeni kişileri de bünyesine alarak büyümeye devam edecek

8- Sadece okumuyorlar, kendi hikayelerini oluşturuyor, paylaşıyor, paylaşılır olmasını sağlıyorlar. Yeni uygulamaları, sosyal medya ağlarını deniyorlar, gerek görüyorsa kolayca adapte oluyorlar.

9-Bu kuşağın bireyleri de istediği etkiyi sağlayabilmek için neyi hangi ağdan ve nasıl paylaşması gerektiğini iyi biliyor, memnuniyetini de eleştirisini de paylaşmaktan çekinmiyor.

10- Birbirlerine ve internete neredeyse kesintisiz bağlılar. TV izlerken örneğin Twitter'da, Snapchat'te veya diğer sosyal ağlarda da etkin olabilme yani 'Second Screen' kavramı tam da bu kuşak için söylenmiş bir söz diyebiliriz.

11- C kuşağı özellikle sosyal medyada ilgi alanları özelinde topluluklara katılarak aktif iletişim kuruyor. Kendilerine göre eksik olan ve yapılması gereken şeyler için topluluklar oluşturuyorlar.

SONUÇ:

Son 40 yıl içinde dünyamızda meydana gelen hızlı dönüşümler sonucu XYZ KUŞAĞI ile tanıştık.

2000 yılından sonra meydana gelen DİJİTAL DÖNÜŞÜM sonucunda ise C KUŞAĞI ortaya çıktı.

Ülkelerin geleceğinde C kuşağı önemli rol alacaktır.

Onun için bu kuşağın klasik eğitim süreçleri ile eğitime kalkışılması bu neslin dünyadaki gelişimin çok gerilerinde kalacağı anlamına Gelmektedir.

Ülkemizin ve Milletimizin geleceği olacak olan bu C KUŞAĞININ eğitimleri son derece önem arz etmektedir.

Bu noktada aklımıza şu soru geliyor. C kuşağının eğitimine Milli EĞİTİM olarak hazırmıyız?

Görünen o ki hazır değiliz.

Bugüne kadar YAP BOZ tahtasına dönen bir eğitim sistemi ile yetiştirmeye çalıştığımız çocuklarımıza okullarda yarış atı misali okul sınavlarına yönelik bilgiler verilmekte ama sosyal, kültürel, milli ve dini değerlerini ise internet üzerinden elde etmektedirler.

Çocuklarımız eskiden temel eğitimlerini ailelerinde ve aile çevresinde devamında ise ilk öğretim ve lise hayatında alarak sosyalleşirken günümüzde internet ortamında oluşturdukları SANAL DÜNYA'larında kendilerine özgü bir yaşam sürdürmekte ve bu milletin sosyal, kültürel, milli ve dini değerlerine yabancılaşmaktadırlar.

İvedi tedbirler almak zorundayız.

ABDULLAH ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

PEPEE ÇİZGİ FİLM KARAKTERİ VE ÇOCUKLAR ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Abdullah ÇAVUŞ/Strateji Uzmanı (13.05.2019)

TRT Çocuk kanalında yayımlanmaya başladığı ilk günden itibaren ülkemiz çocukları ile anne ve babaların beğeni ve takdirlerini kazanan PEPEE Çizgi Film Karakteri üzerindeki değerlendirmelerimiz bugünkü yazımızın konusunu teşkil etmektedir. Daha önce çocuklar üzerine yazdığımız bazı yazılarda televizyonların olumsuz etkilerinden söz etmiştik.

Bu sefer PEPEE karakterinden yola çıkarak televizyonların çocuklar üzerindeki olum etkilerini analiz etmeye çalışacağız.

Yıllar boyunca içerisinde bolca şiddet ögesinin yer aldığı, yabancı yapım çizgi filmleri izledik durduk. Noel, Şükran Günü, Paskalya gibi birçok günü sanki kendi kültürümüzde varmış gibi, kanıksadık.

Bir zamanlar; günün birinde yerli bir çizgi filmin gelip, çocukların tüm alışkanlıklarını değiştireceğini düşünemezdik.

PEPEE Anadolu'da konuşma güçlüğü çeken küçük çocuklara verilen lakaptır. Çocuklara düzgün konuşmayı öğretmek amacının güdülmesi öncelikli amaç edinildiğinden dolayı bu karakter isimlendirmesi yapılmıştır.

PEPEE aile yapısı, konuşması ve mizacıyla klasik bir Anadolu çocuğu görünümündedir

PEPEE karakteri, konuşma zorluğu çeken 4 yaşında bir erkek çocuktur ve karakterin ismi Anadolu'da konuşma zorluğu çeken insanlara takılan "pepe" sözünden gelir. Pepee, çizgi film ilerleyen bölümlerinde konuşma güçlüğüne aşar ve düzgün konuşmaya başlar.

PEPEE çizgi dizisinin senaryo alt metinlerini okuduğumuzda, büyüklük, küçüklük gibi kavramların yanı sıra arkadaşlarla paylaşmak, kardeşlerle

ilişkiler gibi konular da işlenmektedir. Bunların yanında PEPEE ile çocuklara verilmek istenilen bazı eğitimler çizgi filmde işlenmiştir. Bunlardan bazıları aşağıdaki gibidir.

- Diş fırçalama,
- Tuvalet eğitimi
- Emzik bırakma,
- Sebze yeme,
- Pepee halay çeken,
- Kuru fasulye seven,
- Ayrana bayılan bir çocuk

PEPEE Çizgi film karakteri çocuklarımıza Türk aile yapısından öğeler gösterilerek aile yaşamındaki kişilerin çocuktaki imajlarının oluşturulmasına katkıda bulunulmaya çalışılmaktadır.

Örneğin dizinin ana karakterlerini oluşturan Annee, Babaa, Nenee, Dedee, Bebee ve Şila isimli karakterlerle, annenin ve babanın ailedeki konumu, nene ve dede rollerinin gösterilmesi ve onlarla ilişkilerin yansıtılması, bebe karakteriyle kardeşlik ilişkisinin anlatılması ve Şila karakteriyle kuzen gibi akrabalık ilişkilerinin çocuk tarafından anlamlandırılması sağlanmaya çalışılmaktadır.

Bu karakterlere ek olarak çocuklarda arkadaşlık olgusuna dikkat çekmek ve hayvan sevgisine katkıda bulunmak amacıyla oluşturulan karakterler de bulunmaktadır. Zulu, Köpüş ve Maymuş isimli karakterler ve buna ek bölümlerde kullanılan yan hayvan karakterlerle hem arkadaşlık ilişkisi hem de hayvan sevgisi yansıtılmaya çalışılmaktadır.

Çizgi filmde karakterlerin giyim kuşamları, konuşma biçimleri Anadolu kültürüne uygun olarak belirlenmektedir. Örneğin; Pepee'nin Karadeniz yöresine ait Horon halk oyununu öğrenmesi, Türk kültürüne ait türküler söylemesiyle çocuklardaki kültürel ve yöresel bilincin/ilginin oluşturulmasında kullanılmaktadır.

Bunların yanında PEPEE denildiğinde ise akıllara elbette eğitici şarkılar geliyor. Şarkılar sayesinde;

-Çocuklar tırnaklarının kesilmesine izin veriyor.

-Ispanak yiyor.

-Ağlamadan banyonun yolunu tutuyor.

PEPEE şarkılarını ezbere bilen anne babalar bunları birlikte söyleyerek çocuklarıyla hoş ve güzel vakitler geçiriyor.

Özetle PEPEE karakteri ile Türk Milli Kültürüne uygun çocuklar yetiştirmek artık çok kolay.

Bu nedenle öncelikle yapımcısı ve nam-ı diğer Pepee'nin annesi Ayşe Şule Bilgiç'e ve her ne kadar yolları sonradan ayrılmış olsa da PEPEE karakterini izleyici ile tanıştıran TRT ÇOCUK kanalına teşekkür ediyoruz.

Abdullah ÇAVUŞ (13.05.2019)

TRT AVAZ KANALI VE TÜRK DÜNYASI İLE İLETİŞİMİN ÖNEMİ

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

21 Mart 2009 tarihinde yayın hayatına başlayan TRT AVAZ, Türkiye Cumhuriyeti ve Türkçe konuşan geniş coğrafya arasında bir kültür köprüsü olmayı hedeflemektedir.

TRT Avaz; yayın coğrafyasını oluşturan Türk ve Türk soylu halklar ile kardeş topluluklara yönelik hazırladığı özel içerikli programlara ek olarak, ikili ve çoklu kültürel ilişkilerin gelişmesine de katkı sağlamakta, yeni işbirliği alanlarının doğmasına vesile olmaktadır.

Türk dünyasının ortak kanalı, ortak sesi olma iddiasını taşıyan TRT AVAZ kanalında Orta Asya, Kafkasya, Türkiye ile yayınlarının ulaştığı diğer alanlara yönelik haber, kültür, sanat, eğitim müzik, eğlence, çocuk, belgesel ve yarışma programlarına yer verilmektedir.

Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra 1990'lı yıllarla birlikte yeni Türk devletleri bağımsızlıklarını kazanmıştır.

Yeni bağımsız devletlerin ortaya çıkışı ile Türkiye arasındaki ilişkiler diplomatik, siyasi, ekonomik ve kültürel alanlarda hızlı tesis edilmiş ve yıllar içinde artmıştır.

Bu kardeş ülkelerin bağımsızlıklarını kazandıktan sonra Türkiye ile iletişim alanında iş birliği ortamlarının kurulması zorunluluğunu da beraberinde getirmiş; 2009 yılında TRT Avaz'ın Kazak Türkçesi, Kırgız Türkçesi, Özbek Türkçesi, Azerbaycan Türkçesi, Türkmen Türkçesi yayınları başlamıştır.

Yayın içeriklerinden bazıları aşağıdaki gibidir.

I- TRT AVAZ PROGRAMLARI

1- Avrasya Gündemi:

Dünyada dengeler değişiyor. Kartlar yeniden dağıtılıyor. Oyunun kuralları yeniden yazılıyor. Peki, biz bu denklemin neresindeyiz? “Avrasya Gündemi” hafta içi her gün TRT AVAZ’da.

2- Türk’ler:

Uzak Asya’dan Avrupa içlerine kadar uzanan medeniyetler, imparatorluklar kuran Türkler... Coğrafya ve zaman bütünlüğüyle bu serüven “Türkler”le TRT AVAZ ekranlarına taşınıyor.

3- Türkistan’ın İslam Mirası:

8. yüzyılın ilk çeyreğinde İslam’la şereflenen Türkistan coğrafyası 100 yıl içinde İslamiyet’i bütünüyle benimsedi.

İslam’ın hayat veren özelliği Türkistan’daki Müslümanların yüzyıllar boyunca zorluklara karşı direncini güçlendirdi.

20. asırda Sovyet Rusya’nın baskılarına rağmen İslam, bir din ve yaşam biçimi olarak Türkistan’daki kalıcılığını muhafaza etti.

İslami inanç ve yaşam biçiminin kuşaktan kuşağa aktarımına katkı sağlayan öncü şahsiyetleri ve mücadelelerini konu edinen TÜRKİSTAN’IN İSLAM MİRASI belgeseli TRT AVAZ’da...

4- Geleneksel Sporların İzinde:

Bir millet ki Orta Asya’nın sert toprağında kendini var kıldı. Türkler, Orta Asya’nın gelenek ve göreneklerini Anadolu’ya taşıdılar. Onları her daim savaşa hazır tutan oyunlarına bağlı kaldılar. "Geleneksel Sporların İzinde" TRT AVAZ’da.

5- Çalgıların Dilinden:

Kültür Beşığı Anadolu'nun hemen her yöresinde farklı farklı şekillere bürünüp kendi toprağının, kendi insanının ninnisini, ağıdını, coşkusunu, name name tınısını yansıtan algılarımızın nefesinde, mızrabında, yayında bizim elleri ve bizim illeri gezeceğimiz "algıların Dilinden" TRT AVAZ'da.

6- Gök Kubbeden Yer Kubbeye:

Tarih boyunca camiler, inanç dünyamızın ve sosyal hayatımızın merkezî yapıları oldu. Şehrin imarı camilere göre şekillendi, camilere göre mekân edildi, şehrin ahalisi. İstanbul'u bir İslam beldesi olarak tarihin en müstesna yerine taşıyan anlayış camilerle somutlaştı. Osmanlı Dönemi'nden hikâyelerle İstanbul camilerinin anlatıldığı "Gök Kubbeden Yer Kubbeye" belgeseli TRT AVAZ'da.

7- Modern İpek Yolu:

Eşsiz bir coğrafyada tarih ve kültür hazineleri ile dolu bir rota... Tarih İpek Yolu yeniden canlanıyor. "Modern İpek Yolu" belgeseli TRT AVAZ'da.

8-Selçuklu Mutfağı:

Selçuklular geldikleri, yerleştikleri ve ilişkide buldukları coğrafyadan harmanladıkları yemek kültürünü mutfaklarına taşıdılar. Anadolu mutfak kültürünü biçimlendiren Selçuklu mutfağı Osmanlı mutfağının da temellerini oluşturdu. Tarihi mutfak kültürümüzün farklı lezzetlerine dair tarifleri bulabileceğiniz Selçuklu Mutfağı TRT AVAZ'da.

9- Göçen Lezzetler:

Göçlerin merkezi, kültürlerin kadim yurdu Anadolu. Yalnızca kendileri gelmediler; sofralarını da getirdiler.

Tarihe, kültüre ve lezzete zenginlik kattılar. "Göçen Lezzetler" TRT AVAZ'da.

10- Kuba'nın İzinde:

İrfan Sapmaz dünyanın en tarihi, büyük ve güzel camilerinin izine düştü. 17 ülkede 26 muhteşem camii'nin belgesellerini TRT için hazırladı. Kuba'nın İzinde programıyla görmediğiniz birbirinden muhteşem ve güzel camileri ziyaret edeceksiniz. Kuba'nın İzinde TRT AVAZ'da!

II-DEĞERLENDİRME VE SONUÇ:

Türkiye ve Türkler için Avrasya perspektifinin ortaya çıktığı günümüzde, Türk Devletleri ve Türklerin devlet kurma gücü daha fazla önem kazanmaktadır.

Bütünleşme hareketi, blok üyesi olan ülkelerin ortak siyasi, sosyal, ekonomik, kültürel değerleri ve ortak amaç ve çıkarları paylaşmaları durumunda daha başarılı olacaktır.

Türk Cumhuriyetlerinin ise bir araya gelip birlik kurabilmeleri için yukarıda sayılan niteliklerden ziyade, ortak tarih, ortak dil, ortak din ve kültür, iletişim gibi çok önemli noktaları benimsemesi gerekmektedir.

Tarihin herhangi bir devresinde ayrı ayrı yerlerde yaşayan pek çok Türk topluluğu görmek mümkündür. Türk tarihi denilince, tek bir topluluğun belirli bir mekândaki tarihi değil; fakat dili, dini, töresi ve gelenekleri ile aynı milli kültürün taşıyıcısı olan ve değişik adlarla anılan Türk zümrelerinin çeşitli bölgelerde ortaya koydukları tarihlerin bütünü anlaşılmalıdır.

Türk Cumhuriyetlerini bir araya getiren TRT Avaz Kanalı yayın coğrafyasındaki bütün ülkelerin yer alacağı ve her ülkeden izleyicinin kendinden bir şeyler bulacağı ortak kanal olup; Kazak Türkçesi, Azerbaycan Türkçesi, Türkmen Türkçesi, Özbek Türkçesi, Kırgız Türkçesiyle yayınlar yapmaktadır.

Bu anlamda son derece faydalı hizmetler yapılmakta olup tüm Türk Dünyasını birbirinden haberdar etmekte ve birbirlerine yakınlaştırmaktadır.

RTÜK 2018 YILI TELEVİZYON İZLEME EĞİLİMLERİ ARAŞTIRMA SONUÇLARI

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

Televizyon İzleme Eğilimleri - 2018 Araştırması 28.03.2018 – 30.04.2018 tarihleri arasında İstatistikî Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) 2 düzeyini temsil eden 26 ilde 15 yaş ve üzeri 2.600 kişi ile gerçekleştirilmiştir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, aynı zamanda yürüttüğü araştırma projeleriyle kamuoyunun yayınlar ve medya araçlarını kullanmaya yönelik tercihlerini de belirleyerek yayıncılık sektörünün gelişmesine ışık tutmaktadır. “Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması - 2018” bu anlamda yayıncılık sektörünün en güncel verilerini bize sunmaktadır.

Araştırma raporu sonuçlarının yayıncılık alanındaki paydaşlarımızın program içeriklerini geliştirmelerine ve planlamalarına yardımcı olacağı düşünülmektedir. Yapılan araştırma sonuçları çarpıcı verileri ortaya koymaktadır.

İzleyicinin televizyon programlarını televizyondan izleme süresinin azaldığı, yayınları yeni medya araçlarından izleme eğilimlerinin arttığı görülmektedir. Bu durum özellikle sektörde de internet yayıncılığının öneminin arttığını göstermektedir.

Gençler arasında yeni medya kullanımının artması bu alanda bilinçli bir medya tüketicisi olmalarını da gerekli kılmaktadır. Çünkü ülkemizde de dünyadaki gelişmelere paralel olarak internet yayıncılığında çocukların ve gençlerin zararlı yayın içeriklerinden korunması amacıyla yapılan denetimler, artık yasal zemine kavuşmuş olup uygulamalar da başlangıç aşamasında bulunmaktadır. Sevindirici olan artık izleyicilerin bu konuda bir farkındalık sahibi olmalarıdır.

İzleyici özellikle Türkçenin doğru kullanılmasına önem verilmesini talep etmektedir. Araştırma kapsamında 45 yaş üstü ve daha çok evde yaşamını sürdüren vatandaşlarımız hala en çok televizyon izleyen kitleyi oluşturmaktadır.

Televizyon İzleme Eğilimleri - 2018 Araştırması 28.03.2018 – 30.04.2018 tarihleri arasında İstatistik Bölge Birimleri Sınıflandırması (İBBS) 2 düzeyini temsil eden 26 ilde 15 yaş ve üzeri 2.600 kişi ile gerçekleştirilmiştir.

I- HAFTA İÇİ VE HAFTA SONU GÜNLÜK ORTALAMA TELEVİZYON İZLEME SÜRESİ VE TELEVİZYON İZLEME SAATLERİ

1. Katılımcıların %16,4'ü 3-4 saat televizyon izlemektedir.
2. -“Hafta içi televizyon izleme süreniz ne kadardır?” sorusuna cevap verenlerin %27,3'ünün hafta içi 2-3 saat televizyon izlediği saptanmıştır.
3. Hafta sonu televizyon izleme süreniz ne kadardır?” sorusuna cevap verenlerin büyük çoğunluğu (%23,2) 2-3 saat televizyon izlemektedir. Katılımcıların %20,1'inin 3-4 saat aralığında televizyon izlediği saptanmıştır.
4. Günlük ortalama televizyon izleme süresi 3 saat 34 dakikadır. - Hafta içi günlük ortalama televizyon izleme süresi 3 saat 30 dakikadır.
5. Hafta sonu günlük ortalama televizyon izleme süresi ise 3 saat 45 dakikadır.
6. Günlük ortalama televizyon izleme süreleri yıllar bazında karşılaştırıldığında 2006 yılından bu yana televizyon izleme sürelerinde belirgin bir azalma yaşandığı belirlenmiştir.

II- KANAL VE PROGRAM TERCİHLERİ

1- “En çok beğendiğiniz televizyon kanalı hangisidir?” sorusuna cevap verenlerin %19,7’sinin ATV kanalını, %17,5’inin TRT kanallarını ve %14,3’ünün Fox TV’yi tercih ettiği görülmüştür.

2- Araştırma kapsamında en çok izlenen program türü aylık ortalama 24 gün ile “Haberler” olmuştur. İkinci sırada aylık ortalama 15 gün ile “Yerli Diziler” program türü yer almaktadır. Tercih edilen program türleri sıralamasında üçüncü olarak “Spor Programları” nın yer aldığı belirlenmiştir.

3- Kadınların haber ve dizi, erkeklerin ise spor ve açık oturum programlarını daha fazla izlediği saptanmıştır.

4- En çok rahatsız olunan program türü konusunda katılımcıların %46,3’ü “Kuşak Programları” ndan rahatsız olduğunu dile getirmiştir. Ardından “Dizi Film” ler %21,6 oranıyla ikinci sırada yer alırken, üçüncü sırada “Haber” programları yer almıştır.

5- “Türkçeyi en iyi kullanan televizyon kanalı hangisidir?” sorusuna cevap verenlerin %36,9’u Türkçeyi en iyi TRT kanallarının kullandığını belirtmiştir.

6- Araştırmaya katılanların %51,7’si televizyonda yayınlanan programların 5 yıl öncesine kıyasla aynı kaldığını belirtmiştir. Buna karşılık %25,6’sı iyi yönde ilerlediğini belirtirken, %22,7’si ise kötüye gittiğini belirtmişti.

7-Araştırma kapsamında geleneksel medyaya olan güven, internet ve sosyal medyaya olan güvenden daha yüksek olduğu görülmüştür.

8- Araştırmaya katılanların %69,2'si televizyona, %62,3'ü yazılı basına, %62,2'si radyoya, %59,1'i internet üzerinden haber sitelerine ve %53,7'si sosyal medyaya bir haber kaynağı olarak güvendiklerini belirtmişlerdir.

III- YENİ MEDYA VE TELEVİZYON İZLEME ALIŞKANLIKLARI

1 - Araştırmaya katılanların televizyon izleme durumlarına bakıldığında; %86,7'sinin televizyon izlediği, %13,3'ünün televizyon izlemediği saptanmıştır.

2- Yaş grupları yükseldikçe haber/bilgi almak nedeniyle televizyon izlemenin arttığı görülmüştür.

3-Televizyon yayınlarını izlemediklerini belirtenlerin %42,8'inin yayınlanan içerikleri beğenmediğinden dolayı televizyon izlemedikleri ortaya çıkmıştır.

4- Hanelerde en fazla bulunan cihazın yaklaşık %64 oranında klasik televizyon olduğu anlaşılmıştır. İkinci sırada, %54 oranında taşınabilir bilgisayar yer aldığı saptanmıştır. Bunu sırasıyla %40 oranında akıllı televizyon, yaklaşık %36 oranında tablet bilgisayar, %33 oranında masaüstü bilgisayar ve son olarak %29 oranında radyo takip etmektedir.

5- Yaş arttıkça aylık ortalama televizyon izlenen gün sayısının da arttığı saptanmıştır.

6- Eğitim düzeyi arttıkça aylık ortalama televizyon izlenen gün sayısının azaldığı görülmüştür.

7- İzleme yapmak için yeni medya araçlarının tercih edilmesinde taşınabilirlik ve çok amaçlı kullanım özelliği ön plana çıkmıştır.

8- 15-24 yaş grubu akıllı telefondan televizyonu daha fazla izlediği ortaya çıkmıştır.

9- Yeni medya araçları ile televizyon izleme eğilimi gençlerde daha yüksek olduğu belirlenmiştir.

10- Araştırma kapsamında izleyicilerin önemli bir bölümünün (%40,9) televizyon yayınlarını izlerken yeme-içme alışkanlıklarının olduğu belirlenmiştir. İkinci sırada, son dönemlerde dünyada da oldukça fazla gözlemlenen çoklu ekran kullanımı (%20,1) gelmektedir.

KAMU, KAMUSAL ALAN, KAMU KURUMU, KAMU HİZMETİ, KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI KAVRAMLARI

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

Radyo ve televizyon yayıncılığı, toplumsal bir sanattır. Esas olarak etkisinde ve amacında kamu vardır. Bireysel olarak kullanılabilir, fakat hiçbir zaman tek başına bireysel bir işlem değildir. Radyoyu veya televizyonu açmak, kamusal bir alana girmektir ve olan bitenden etkilenmek ve olan bitenin farkında olmaktır.

Radyoyu veya televizyonu açmak, kamusal bir alana girmektir ve olan bitenden etkilenmek ve olan bitenin farkında olmaktır. Paylaşılan bu yaşanmışlık, sosyal sermaye olarak da adlandırılabilen kamusal bir değer olarak ortaya çıkar. Çünkü radyo ve televizyon yayınları, sadece dünya hakkındaki gerçekleri ve görüntüleri temin etmekle kalmaz, aynı zamanda bireylere, hem içinde bulunduğu toplum ile olan ilişkilerinde kendisini, hem de yakın çevresi dışında kalan dünyayı değerlendirmesine yardımcı olacak bir dizi duygu ve düşünceyi de taşır.

Bu girişten hareketle bu çalışmamızda kamu hizmeti yayıncılığı kavramından önce kamu, kamusal alan, kamu hizmeti kavramları konusunda bilgi verilmeye çalışılacaktır.

KAMU sözcüğü bir ülkedeki halkın bütününe yani orada yaşayan insanların tümünü ifade etmektedir.

Yabancı dillerde karşılığı “public” olan kamu sözcüğü, en yalın anlamıyla; genel, herkes, umumi, açık, halka ait, ortak müşterek anlamına gelmektedir.

Kamu, toplumu ifade etmekte ve herkesin denetimine açık anlamını içermektedir.

Ancak gündelik konuşmada kamu sözcüğü geçtiği zaman aklımıza hemen devlet ve devlete ait kavramlar gelir. Günlük konuşmada genellikle “kamu” ile “devlet” kavramlarının aynı anlamda kullanıldığı görülür.

KAMU KURUMU bir diğer deyiş ile devlet kurumu; devletin bütün olarak idaresinden ve işleyişinden sorumlu olan birimlere verilen genel addır. Oldukça fazla kamu kurumu farklı hizmetler için örgütlenmiş ve halka hizmet vermeye devam etmektedir. Birçok kurumun özel şekilde ya da bireysel olarak kurulabilmektedir ancak kamu kuruluşu; bakanlıkların ya da hükümetin izni ile kurulmaktadır.

KAMUSAL ALAN kavramı “bireylerin toplumsal çerçevelerinde herhangi bir sınırlama olmaksızın kendi düşüncelerini özgürce açıklayıp yayımlama hakkına sahip olarak hemen herkesi ilgilendiren sorunlar hakkında birbirleriyle etkileşimde bulunabilmelerini ifade etmektedir.”

Kamusal alan, modern toplum kuramlarında, toplumun ortak yararını belirlemeye ve gerçekleştirmeye yönelik düşünce, söylem ve eylemlerin üretildiği ve geliştirildiği ortak toplumsal etkinlik alanına işaret etmek için kullanılan kavramdır.

Kamusal alanın en önemli niteliği tüm vatandaşlara açık olmasıdır.

KAMU HİZMETİ kavramı ise; toplumda ortak ve genel bir ihtiyacın doğması, bu ihtiyacın süreklilik taşıması, her gün yenilenmesi ve tatmin edilmemesi halinde de toplumda bir huzursuzluk doğacağı, dirlik ve birliğin bozulacağı varsayımından hareketle, devletin ya o zamana kadar var olan ya da bu iş için özel yasayla kurulacak bir idare aracılığıyla kamu hizmeti dediğimiz bir etkinliğe girişmesi şeklinde tanımlanmaktadır.

Toplumsal ihtiyaçların duyulduğu her alan, (sağlıktan eğitime, ekonomiden haberleşmeye kadar pek çok faaliyet) kamu hizmetinin konusuna girmektedir.

Kamu hizmeti kavramı idare hukukundan, kamu maliyesine kadar birçok sosyal bilim alanında karşımıza çıkmaktadır. Ancak kamu hizmeti kavramıyla en çok ilgilenen ilim dalı idare hukuku muştur. Zira kamu hizmeti kavramı bu bilim dalının hem temel hem de en çok tartışılan konularından birisidir. İdare Hukuku'nda kamu hizmeti çok genel olarak "toplum için önem kazanmış olan ortak ve genel bir ihtiyacın tatminine yönelik olarak kamu tüzel kişileri veya onların denetimi altında özel kişilerce yürütülen bir faaliyettir" şeklinde tanılanmaktadır.

Kamu hizmetinin amacı, kamunun çıkarını korumak ve kamu yararını sağlamaktadır. Kısacası kamu hizmeti, devletin ve diğer kamu kuruluşları tarafından doğrudan doğruya veya bir kamu kuruluşunun sıkı gözetimi, denetimi ve sorumluluğu altında toplum ihtiyacını karşılamak amacıyla yapılan faaliyetleri kapsamaktadır.

Televizyon yayıncılığı alanında ise, kamu hizmeti kavramının ayrı bir önemi bulunmaktadır çünkü 1980 yılına kadar televizyon yayınları, sadece radyo dalgaları ile gerçekleştirilmiştir. Yapılan düzenlemelere rağmen hala kısıtlı olan bu kaynak, gerçekte kamunun malıdır. Dolayısıyla, birçok yazarın da önemle vurguladığı gibi, televizyon iletilerinin aktarılmasından kamunun malının kullanılması, doğal olarak verilen hizmetin de niteliğini belirlemektedir.

Kullanılan kaynak gerçekte kamunun malı olduğuna göre, verilecek hizmet de kamu yararını amaçlamalıdır.

Bu bağlamda televizyon programları;

- a- eğitim, bilgi ve kültür kaynağı olmanın yanı sıra,
- b-Bireylere “kendi deneyimlerini yeniden yorumlamalarını” ,
- c- Farklı dünya görüşlerini tanımalarını,
- d- Egemen kültürün varsayım ve fikirlerini sorgulamalarını,
- e-Sivil toplum örgütlerinin canlandırılmasını,
- f- Çatışan çıkarlar arasında anlaşma ve uzlaşma yoluyla toplumun ortak hedeflerinin gerçekleşmesini sağlayacak,
- g- Zıt görüşlerin yüksek bir sesle tartışıldığı kamusal bir platform sunmalıdır.

Günümüzde kitle iletişim araçları arasında radyo ve televizyon yayınları, toplumu etkileyen önemli bir rol üstlenmektedirler. Dolayısıyla bu iletişim araçlarının, özellikle de televizyonun kamu yararı için kullanılması amacıyla tüm dünyada belli koşullar öngörülmüştür. Bu çerçevede, dünyanın çeşitli ülkelerinde kamu hizmeti yayıncılığı yapan örgütler kurulmuş ve hiçbir zaman tamamen devlet denetimi dışında kalmadan, çeşitli şekillerde işleyişlerini sürdürmüşlerdir.

KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI kavramının tanımı ve nitelikleri konusunda ilk çalışmalar İngiliz yayın Kurumu BBC kuruluş yıllarına dayanır.

Bu kavramı BBC'nin ilk Genel Müdürü John Reith ortaya atmıştır.

John Reith'e göre Kamu Hizmeti Yayıncılığı, “Halk için yapılan, halk tarafından finanse edilen ve halk tarafından kontrol edilen” yayıncılıktır.

UNESCO tarafından 2001 yılında yayınlanmış olan “Dünya radyo ve Televizyon Kurulu Raporunda” Kamu Hizmeti Yayıncılığı ile ilgili olarak aşağıdaki şekilde tanımlama yapılmıştır.

“ Ne ticari ne de devlet kontrolünde olmaksızın kamu hizmeti yayıncılığın tek varoluş nedeni kamu hizmetidir. Kamu hizmeti yayıncısı halkın yayıncılık kuruluşudur. Her bireye bir vatandaş olarak hitap eder. Kamu yayıncıları toplumsal yaşamın bir parçası olmayı ve aktif olarak rol almayı özendirir. Bilgiyi yeşertir, ufukları genişletir ve bireylerin dünyayı ve diğerlerini daha iyi anlayarak kendilerini de daha iyi anlamasına imkan verir”

Kamu hizmeti yayıncılığı, kamusal meşruiyetini hem mevcut siyasal iktidardan, hem de ticari çıkarlardan bağımsız yayın politikası sürdürmekten alan, eğitimden bilgiye ve eğlenceye çok geniş türde en üst kalitede programların en geniş coğrafi yayılımı kapsayacak ve olası en geniş izler kitleye ulaşacak şekilde yayınlanması olarak tanımlanabilir.

Bize göre Kamu Hizmeti yayıncılığı ise;

“Toplumsal, Milli, Manevi kültürün oluşması, korunması ve gelecek nesillere aktarılması hususunda herhangi bir baskı grubunun etkisinde kalmaksızın tarafsızlık ve bağımsızlık çerçevesinde belirlenmiş olan Milli yayın ilkeleri doğrultusunda yayın yapan ve öncelikle bilgilendirmeyi, eğitmeyi ve son olarak eğitmeyi amaç edinen bu nedenle kar amacı gütmeyen ve aynı nedenle reklam verenlere bel bağlamayan” yayıncılık türüdür.

Kamu Hizmeti Yayıncılığının Nitelikleri aşağıdaki gibidir.

a-Kamu yayın kurumunun hedef kitlesi bütün ülke nüfusedir. Bütün nüfus, teknik olarak erişimi ve toplumdaki bütün grup ve katmanları kapsar.

b-Kamu yayın kurumları toplumdaki tüm grupların farklı gereksinimlerini karşılayacak şekilde yayın yapmak zorundadır.

c-Kamu Hizmeti Yayıncılığı, sırasıyla bilgilendirmeyi, eğitmeyi ve eğlendirmeyi amaç edinmiştir.

d-Kamu yayın kurumu bulunduğu ülkenin coğrafi olarak tümünü kapsamak ve ülkenin tüm yurttaşlarına yayın hizmeti götürmek sorumluluğuna sahiptir.

e-Ticari yayın kurumları ise reklam verenlerin ilgisini çeken potansiyel tüketici olan izleyici gruplarına yayın götürmeyi amaçlamaktadır. Ya da başka bir tanımla ticari yayın kuruluşları izleyiciyi reklam verenlere pazarlamayı amaç edinmektedir.

f-Kamu yayın kurumları hükümet, siyasi parti ya da diğer güç odakları ve çıkar grupları için değil, halka hizmet için vardır.

g-Kamu hizmeti yayıncılığında kalite, yüksek izlenme oranlarını/paylarını değil hedeflenen kitlenin gereksinimlerinin karşılanıp karşılanmadığını ifade eder.

h-İzleyici ve dinleyicinin özellikle çocukların korunması kamu yayın kurumlarının temel ilkelerindedir.

ı-Kamu yayın kurumları, kültürel ortamın gelişmesini ve kuşaktan kuşağa kültürel geçişi sağlar.

KAMU HİZMETİ YAYINCILIĞI TANIMI, FİNANSMANI VE TRT TV/RADYO KANALLARI

ABDULLAH ÇAVUŞ/TRT Sstrateji Uzmanı

Kamu Hizmeti Yayıncılığı, “Halk için yapılan, halk tarafından finanse edilen ve halk tarafından kontrol edilen” yayıncılıktır. Bu tanım kamu yayın kuruluşları ile diğer (ticari-devlet) yayın kuruluşları arasındaki farkı da ortaya koymaktadır. Ülkemizde Kamu Hizmeti Yayıncılığı gibi önemli bir hizmeti yürüten Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun, yasalarla verilen görevleri nasıl ve ne ölçüde gerçekleştirebileceğini belirleyen en önemli faktör finansman konusudur. Bu görevlerin tarafsızlık, çoğulculuk ve ticari çıkarlara karşı kamu yararını kullanma gibi özellikleri ancak, mali özerklikle mümkündür.

Bilindiği üzere, Türkiye'nin kamu yayıncılığı yapmakla görevlendirilen tek yayın kuruluşu olan TRT, halkın geri bildirimine önem veren açık, dinamik, üretken ve en önemlisi cumhuriyet ilkelerine bağlı, tarafsız yayıncılığı hedef edinmiş olan ve ülkemizin tamamına yayın yapabilen Anayasamız ve 2954 sayılı TRT Kurumu yasası ile Kamu Hizmeti Yayıncısı olarak görevlendirilmiş olan bir kurumdur.

TRT Televizyon alanında ciddi açılımlar ve projeler üreterek yeni TV kanalları açmanın yanında radyoculuk ve internet medyası alanında yeni açılımlar ve kanallar açmış bulunmaktadır.

TRT tarafından özel sektörün kar amacı gütmemesi nedeniyle ilgi göstermediği ancak toplumsal kültürün korunması ve oluşması amacıyla kamu hizmeti yayıncısı görev ve bilinciyle yaptığımız yayınların büyük bir çoğunluğunun ticari anlamda herhangi bir getirisi olmadığı gibi, bu yayınlar ulusal politikalar gereği yapılmakta ve çok büyük maliyetlerle gerçekleştirilmektedir.

Bu yayınların özel yayıncı kuruluşlar tarafından gerçekleştirilebilmesinin olanaksızlığı açıktır.

Öte yandan Kamu yayıncılığının ihtiyaç duyduğu finans kaynağının, bu hizmetin yürütülmesine en uygun yapı ve model içinde sağlanmasının devletlerin yükümlülüğü olduğu hususu, ülkemizin de katıldığı Avrupa Konseyi ve Avrupa Bakanlar Kurulu kararlarında önemle vurgulanmıştır.

Kurumumuzun kurucu üyeleri arasında yer aldığı Avrupa Yayın Birliği'nin (EBU) de bu konuda çeşitli rapor ve incelemeleri mevcuttur. Bu ortak yaklaşıma göre "kamu yayıncılığı hizmeti" kavramı kendine özgü bir kavram olup kamu yayıncılığı "bütün nüfus" için yapılan bir hizmettir. Kamu yayıncılığı yalnızca kamunun çıkarlarına hizmet eden, izleyicileri "tüketici" olarak değil, "vatandaş" olarak gören bir hizmet niteliği taşımaktadır.

Prag'da 7-8 Aralık 1994 tarihlerinde toplanan ve ülkemizin de katıldığı Avrupa Bakanlar Konferansı'nda "Kamu Yayıncılığının Geleceği" hakkında alınan 1 nolu kararda; kamu hizmeti yayıncılarının kamusal misyonlarını yerine getirebilmelerini garanti edebilmek için ihtiyaç duydukları istikrarlı ve güvenli finansal kaynağı sağlamaları konusunda, devletlerin yükümlülükleri vurgulanmıştır.

Daha sonra aynı konuda 11.09.1996 tarihli "Kamu Yayıncılığının Bağımsızlığının Garanti Edilmesi" hakkındaki 10 sayılı Tavsiye Kararı çıkarılmış olup kamu hizmeti yayıncılığının bağımsızlığı konusunda ilave ilkeler getirmiştir. Bu belge de, kamu yayın kuruluşlarının kurumsal özerkliğinin ve yayın muhtevası yönünden bağımsızlığının garanti edilmesine duyulan ihtiyaca ışık tutmaktadır.

Karar özellikle ruhsat ücretleri ve devlet bütçesinden ödenecek pay gibi kaynakların garanti edilmesine özel bir önem vermektedir. Ruhsat ücretleri, kamu sübvansiyonları, reklam ve sponsor gelirleri, görsel-işitsel ürünlerin satışından elde edilen gelirler vb.) belirtilmiştir.

01.05.1999 tarihinde ise yeni Avrupa Topluluğu Antlaşmasının yürürlüğe girmesiyle üye ülkelerde bu anlaşmanın bir parçası haline gelen “Kamu Yayıncılığı Hakkındaki Amsterdam Protokolü” üye devletlerin kamu yayıncılığını tanımlayarak, gerekli finansal kaynağı sağlamakla yükümlü olduklarını bir kez daha teyit etmektedir.

Bilgilendir-Eğit-Eğlendir amacı üzerine gelişen kamu kurumu yayıncılığı, günümüzde acımasız rekabet koşullarında ciddi bir kaynak kıtlığı sorunu yaşamaktadır. Özellikle yayıncılığın özünde reklam gelirini birinci kaynak olarak düşünmek doğrudur. Ancak, yapılan iş kamu yayıncılığı olduğundan reklam gelirlerini birinci kaynak olarak düşünmek en tehlikeli düşünce tarzıdır. Çünkü kamu yayıncılığı ilkeleri gereği, programların niteliği üzerinde yoğunlaşır. Yüzde 1’lik izlenme payına sahip olan bir program yapılabileceği gibi, marjinal gruplar içinde programlar yapılabilir. Bu durum reklam gelirlerini düşürür. Reklam gelirleri için popülariteye kaçmak ise kuruluşu kamu yayıncılığı ilkelerinden uzaklaştırır. Dolayısıyla kamu yayıncılığının yapıldığı yerde reklam gelirlerinden ciddi boyutlarda bahsetmek ve bunları kaynak olarak göstermek Kurumlar için gelecek açısından potansiyel tehlikeyi beraberinde getirir.

Dünyadaki kamu yayıncılığı finans modellerine bakıldığında genelde reklam dışında kanunla garanti altına alınmış modellerin benimsendiği ve uygulandığı görülmektedir.

a) Yayın bedelleri; (Radyo-televizyon cihazlarından alınan ruhsat ücretleri, elektrik enerji payı, gelir vergisinden alınan pay gibi kamu yayıncılığında kullanılacak her tür ücret, vergi ve diğer kamusal yükümlülükler),

b) Genel Bütçe 'den aktarılacak pay, fonlar, sübvansiyonlar,

c) Reklam/Sponsor gelirleri ve görsel-işitsel ürünlerin satışından elde edilecek diğer ticari gelirlere dayanmaktadır.

Kamu hizmeti yayıncılığının finansmanında hiçbir ülkede tek kaynağa dayanılmamakta, çoğunlukla karma bir finansman modeli uygulanmaktadır.

Yayın bedelleri, Avrupa'da karma gelir kaynakları içinde, kamu yayıncılığının amacına en uygun ve en ağırlıklı gelir kaynağı olarak kabul edilmektedir. Burada yayın bedeli kavramı ile ulusal mevzuattaki nitelendirmeye bakılmaksızın, izleyici/ dinleyiciden alınan doğrudan ve dolaylı, kısmen ya da tamamen kamu hizmeti yayıncılığının finansmanında kullanılan ve vergi niteliği taşıyan her türlü kamusal kaynağı ihtiva etmektedir.

Bu bedel;

Türkiye'de halen uygulandığı gibi, tüketilen elektrik enerjisi ücretinden alınan yüzde oranında bir pay;

Yunanistan'da olduğu gibi sınıai kuruluşlar ve haneleri ayırmaksızın her elektrik sayacı başına tahakkuk ettirilen sabit bir bedel;

Makedonya'da olduğu gibi sınıai kuruluşları kapsamayan, yalnızca hanelere ait sayaçlar üzerinden alınan sabit bir bedel;

Almanya, Fransa ve diğer bazı Avrupa Birliği üyesi ülkelerde olduğu gibi, radyo-televizyon cihazlarından her yıl alınan ruhsat ücreti şeklinde;

Polonya, Macaristan gibi ülkelerde telefon faturasına eklenen sabit bir ücret şeklinde;

Hollanda Parlamentosu'nun 1 Ocak 2000'de kabul ettiği yeni sistemdeki gibi, gelir vergisine eklenen özel bir kalemden tahsil edilmektedir.

Bunlar yayın bedelini toplamanın farklı yöntemleridir. Ortak özellikleri ise, "müşteri-satıcı" ilişkisi gibi gönüllülük esasına değil kamusal yükümlülüğe dayalı, vergi niteliğinde zorunlu ödemeler şeklinde belirlenmiştir.

Ülkemizde sıklık ile TRT'nin finans kaynakları ve özellikle TRT enerji payı konusunda tartışmalar yaşanmaktadır. Bu tartışmalarda ise TRT ile yabancı kamu yayın kurumları özellikle BBC karşılaştırılmaktadır.

EBU (Avrupa Yayın Birliği) verilerinden hareketle göre tarafımızdan yapılan aşağıdaki çalışmada, TRT'nin diğer ülkelere göre oldukça kıt kaynaklarla ve onlara göre çok daha düşük çalışan sayısı ile çalışmasına rağmen onlardan çok kanal (halen 15 TV kanalı) ile hizmetler verdiği görülmektedir.

TRT bugün yayınlarını 15 televizyon kanalının dışında, 6 ulusal, 6 bölgesel, 1 yerel, 2 uluslararası radyo kanalı, 30 dilde internet haberciliği ve TRT Radyo Televizyon Dergisi "Vizyon" ve radyo dergisi "Radyo Vizyon" ile sürdürmektedir.

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu'nun yurt dışına yönelik radyo yayınları, Türkiye'nin Sesi tarafından gerçekleştirilmektedir.

Yayınlarını, kısa dalga vericileri, uydu ve internet üzerinden bütün dünyaya ulaştıran Türkiye'nin Sesi, geleneksel radyo yayıncılığını sürdürürken, yayıncılık dünyasını etkileyen hızlı teknolojik değişimlere de uzak kalmayarak, güçlü teknik alt yapısı ve 30 dilde zengin içerikli internet yayınıyla yenilenen web sitesini, kullanıcılarının hizmetine sunmaktadır.

20 Kasım 2008'de yayına başlayan trt-world.com üzerinden 30 dilde haber yayını ile bölge, dünya ve Türkiye gündemi internet takipçilerine ulaştırılmaktadır.

Çok dilde yayın yapan kuruluşlar arasında bulunan Voice of America (VOA) 49 dil, China Radio International (CRI) 45 dil, Voice of Russia (VOR) 33 dil, BBC 32 dil ile yayın yaparken, www.trt-world.com Deutsche Welle(DW) ile 5. sırayı paylaşmaktadır.

TRT-World'de, Almanca, Arapça, Arnavutça, Azerbaycan Türkçesi, Boşnakça, Bulgarca, Çince, Darice, Farsça, Fransızca, Gürcüce, Hırvatça, İngilizce, İspanyolca, İtalyanca, Kazakça, Kırgızca, Macarca, Makedonca, Özbekçe, Peştuca, Romence, Rusça, Sırpça, Tatarca, Türkmençe, Urduca, Uygurca ve Yunanca yayın yer almaktadır.

Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüştürülmesi hedefine katkı sağlamak amacıyla 1990 yılında teletekst yayınına başlayan Türkiye Radyo ve Televizyon Kurumu, kaliteli yayıncılık anlayışından ödün vermeden, Avrupa Yayın Kuruluşu EBU'nun teletekst yayıncılığı konusundaki teknik ve içerik biçim kriterlerini de dikkate alarak yayın yapmaktadır.

Teletekst yayınlarını televizyon kanalları üzerinden sürekli güncellenen ortalama 550 sayfa ile teletekst yayıncılığı ve haberciliği konusunda özel olarak eğitilmiş deneyimli bir ekip tarafından gerçekleştirilmektedir.

Teletekst sayfalarında; gerçek zamanlı İMKB hisse senetleri bilgilerinden, kamunun işçi taleplerine, eğitim sayfalarından, döviz kurlarına, güncel haberlerden (Türkiye, Dünya, Ekonomi, Spor, Sağlık, Kültür-Sanat haberleri), Türkiye'de gerçekleşen son deprem bilgilerine, şans oyunu sonuçlarından,

Devlet İstatistik Enstitüsü verilerine, konsolosluk hizmetlerinden asker alma ve seferberlik işlemlerine, televizyon ve radyo yayın akışlarından TRT market bilgilerine kadar birçok bilgiye ulaşmak mümkündür.

TRT tarafından özel sektörün kar amacı gütmemesi nedeniyle ilgi göstermediği ancak toplumsal kültürün korunması ve oluşması amacıyla kamu hizmeti yayıncısı görev ve bilinciyle yaptığımız yayınların büyük bir çoğunluğunun ticari anlamda herhangi bir getirisi olmadığı gibi, bu yayınlar ulusal politikalar gereği yapılmakta ve çok büyük maliyetlerle gerçekleştirilmektedir.

Bu yayınların özel yayıncı kuruluşlar tarafından gerçekleştirilebilmesinin olanaksızlığı açıktır.

Kamu yayın kuruluşu olan TRT'nin kamu hizmeti niteliğinde yasalarla verilen görevleri nasıl ve ne ölçüde gerçekleştirebileceğini belirleyen en önemli faktörü finansmandır. Bu görevlerin tarafsızlık, çoğulculuk ve ticari çıkarlara karşı kamu yararını kollama gibi özellikleri ancak, mali özerklikle mümkündür.

Ortak özellikleri ise, "müşteri-satıcı" ilişkisi gibi gönüllülük esasına değil; kamusal yükümlülüğe dayalı, vergi niteliğinde zorunlu ödemeler olmalarıdır.

Bu açıklamalar doğrultusunda 3093 sayılı TRT Gelirleri Kanunu 15.12.1984 tarihli Resmi Gazete'de yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.

ABDULLAH ÇAVUŞ

TRT STRATEJİ UZMANI

YASALARLA TRT'YE VERİLEN GÖREVLER VE TRT YAYIN İLKELERİ

Abdullah ÇAVUŞ-TRT Strateji Uzmanı

1-ANAYASAMIZDA TRT

1961 ve 1982 Anayasalarında TRT ye Kamu adına radyo ve televizyon yayınları yapma görevi verilmiştir.

2954 sayılı kuruluş kanunu ile bu görevin nasıl yapılacağına ilişkin temel ilke ve düzenlemelere yer verilmiştir.

1982 anayasasının 133. maddesinde TRT ile ilgili düzenlemeler yapılmış bulunmaktadır.

Madde metni aynen aşağıdaki gibidir.

Madde 133: (Değişik : 8/7/1993-3913/1 md.) Radyo ve televizyon istasyonları kurmak ve işletmek kanunla düzenlenecek şartlar çerçevesinde serbesttir.

Devletçe kamu tüzelkişiliği olarak kurulan tek radyo ve televizyon kurumu ile kamu tüzelkişilerden yardım gören haber ajanslarının özerkliği ve yayınlarının tarafsızlığı esastır.

1982 Anayasasındaki bu hükümden anlaşılacağı üzere TRT'nin özerkliği ve yayınlarının tarafsızlığı anayasal güvence altına alınmıştır.

Bununla birlikte 1982 Anayasası ile TRT'nin tek olma özelliği de vurgulanmıştır.

Anayasanın 133. maddesinin 1993'te değiştirilmesiyle özel radyo ve televizyon yayınları serbest bırakılırken, TRT'nin özerkliğine ve tekliğine yeniden vurgu yapılmıştır.

TRT bugün, özerkliği ve tarafsızlığı anayasada hüküm altına alınmış olan, radyo ve televizyon kanalları ile yayın yapan **kamu hizmeti yayıncısı bir kuruluş** olarak hizmet vermektedir.

II- TRT KURULUŞ KANUNLARI:

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), devlet adına radyo ve televizyon yayınlarını gerçekleştirmek amacıyla, 01 Mayıs 1964'te, özel yasayla özerk tüzel bir kişiliğine sahip olarak kuruldu.

1972'deki anayasa değişiklikleri ile kurum "tarafsız" bir kamu iktisadi kuruluş olarak tanımlandı.

1972'deki anayasa değişiklikleri ile kurum "tarafsız" bir kamu iktisadi kuruluş olarak tanımlandı.

1982 Anayasası hükümleri doğrultusunda 1984 yılında TBMM tarafından 2954 sayılı Türkiye Radyo ve Televizyon Kanunu çıkarıldı.

Uydu yayınlarının 1986'dan sonra, Türkiye'ye yönelik yayın yapan özel televizyonların ortaya çıkması, TRT'nin 1990 yılına kadar süren televizyon yayınları üzerindeki tekeli ortadan kaldırıldı.

Anayasanın 133. maddesinin 1993'te değiştirilmesiyle özel radyo ve televizyon yayınları serbest bırakılırken, TRT'nin özerkliği yeniden tesis edildi. TRT bugün, özerkliği ve tarafsızlığı anayasada hükme bağlanan, radyo ve televizyon ile tüm medya araçlarından yayın yapan kamu hizmeti yayıncısı olarak hizmet vermektedir.

III- TRT'NİN GÖREVLERİ:

2954 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kanununun 9. maddesine göre Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun görevleri şunlardır:

a) (Değişik : 12/1/1989 – 3517/6 md.; İptal: Ana. Mah.nin 18/5/1990 tarih ve E. 1989/9, K. 1990/8 sayılı Kararıyla.; Yeniden düzenleme: 6/7/1999-4397/2 md.) Radyo ve televizyon yayınları yapmak ve bu amaçla radyo ve televizyon verici istasyonları, program iletim sistemleri ve stüdyo tesisleri kurmak, geliştirmek, radyo ve televizyon yayınları alanında ek gelir temin edecek düzenlemeler yapmak ve faaliyette bulunmak,

b) Radyo ve televizyon yayınları için haber toplama ve program yayın ve yapımı maksatlarıyla gerekli birimleri oluşturmak,

c) (Değişik: 11/6/2008-5767/2 md.) Bu Kanun çerçevesinde; Türkiye sınırları içinde yayın yapan yerel, bölgesel, ulusal radyo ve televizyon kurum ve kuruluşları ile sözleşme, anlaşma ve protokoller imza etmek; ayrıca Başbakanlığın onayını alarak gerektiğinde uluslararası radyo ve televizyon kurum ve kuruluşları ile anlaşma, sözleşme ve protokoller imza etmek,

d) (...) (3) Tesislerde kullanılacak alet ve cihazlar ile ilgili araştırmalar yapmak veya yaptırmak, bunların onarım ve bakımlarını yapmak veya yaptırmak ve gerekli hallerde işletme için zorunlu olan alet ve cihazları imal etmek veya ettirmek,

e) Yurt içine yapılacak; haber, kültür, bilim, sanat, eğlence ve benzeri türlerde eğitici, aydınlatıcı ve eğlendirici nitelikte her türlü yayınlarla

1. Atatürk ilke ve inkılaplarının kökleşmesine, Türkiye Cumhuriyeti'nin çağdaş uygarlık düzeyinin üstüne çıkmasını öngören milli hedeflerin gerçekleşmesine,

2. Devletin varlık ve bağımsızlığının, ülkenin ve milletin bölünmez bütünlüğünün, toplumun huzurunun, milli dayanışma ve adalet anlayışı içinde, insan haklarına saygılı ve Atatürk Milliyetçiliğine dayanan demokratik, laik ve sosyal hukuk devleti niteliklerinin korunmasına ve güçlendirilmesine,

3. Milli eğitim ve milli kültürün geliştirilmesine,

4. Devletin milli güvenlik siyasetinin, milli ve ekonomik menfaatlerinin korunmasına,

5. Kamuoyunun Anayasa ilkeleri doğrultusunda serbestçe ve sağlıklı bir şekilde oluşmasına, yardımcı olmak.

f) Yurt dışına yapılacak yayınlarla:

1. Devletin her alanda tanıtılmasına,

2. Yurt dışında bulunan Türk vatandaşlarının Türkiye Cumhuriyeti ile ilişkilerinin sürdürülmesine yardımcı olmak.

IV-TRT'NİN YAYIN İLKELERİ:

2954 sayılı Türkiye Radyo Televizyon Kanununun 5. maddesine göre Türkiye Radyo Televizyon Kurumu yayın esasları şunlardır;

1) Anayasanın sözüne ve ruhuna bağlı olmak; devletin ülkesi ve milletiyle bölünmez bütünlüğünü, milli egemenliği, Cumhuriyeti, kamu düzenini, genel asayişini, kamu yararını korumak ve kollamak,

2) Atatürk ilke ve inkılaplarını kökleştirmek, Türkiye Cumhuriyeti'nin çağdaş uygarlık düzeyinin üstüne çıkmasını öngören milli hedeflere ulaşmayı gerçekleştirmek,

- 3) Devletin milli güvenlik siyasetinin, milli ve ekonomik menfaatlerinin gereklerine uymak,
- 4) Devletin bir kişi veya zümre tarafından yönetilmesini veya sosyal bir sınıfın diğer sosyal sınıflar üzerinde egemenliğini sağlamak yahut Devleti ve Devlet otoritesini ortadan kaldırmak veya dil, ırk, din ve mezhep ayrımı yaratmak yahut sair herhangi bir yoldan bu kavramlara ve görüşlere dayanan bir Devlet düzeni kurmak amacı güden rejim ve ideolojilerin propagandasına yer vermemek,
- 5) Genel ahlakın gereklerini, milli gelenekleri ve manevi değerleri gözetmek,
- 6) Türk milli eğitiminin temel görüş, amaç ve ilkelerine uymak,
- 7) Kolayca anlaşılabilir, doğru, temiz ve güzel bir Türkçe kullanmak,
- 8) Toplumun beden ve ruh sağlığına zarar verecek hususlara yer vermemek,
- 9) Karamsarlık, umutsuzluk, kargaşa, dehşet, saldırganlık gibi olumsuz duygular uyandırmak ve telkin etmek amacına yönelik yayın yapmamak,
- 10) Kişilerin özel hayatlarına, şeref ve haysiyetlerine saygılı olmak ve dürüstlük anlayışına bağlı kalmak,
- 11) Haberlerin toplanması, seçilmesi ve yayınlanmasında tarafsızlık, doğruluk ve çabukluk ilkeleri ile çağdaş habercilik teknik ve metotlarına bağlı olmak,
- 12) Haberler ile yorumları ayırmak ve yorumların kaynaklarını açıklamak,

13) Kamuoyunun sağlıklı ve serbestçe oluşabilmesi için kamuoyunu ilgilendirecek konularda yeterli yayın yapmak; tek yönlü, taraf tutan yayın yapmamak ve bir siyasi partinin, grubun, çıkar çevresinin, inanç veya düşünceinin menfaatlerine alet olmamak.

ABDULLAH ÇAVUŞ/TRT STRATEJİ UZMANI

AVRUPA BİRLİĞİ ÜLKELERİNDE TRT BENZERİ KURULUŞLARIN FİNANSMANI NASILDIR?

Abdullah ÇAVUŞ/TRT Strateji Uzmanı

Son günlerde TRT'nin dizileri ve bu dizlerin finansmanı üzerine yapılan haberler ve siyasilerimizin konuya ilişkin söylemleri üzerine, konuyu tüm yönleriyle araştırmak ve AB ülkelerinde TRT benzeri kuruluşların finansmanı konusunda bir çalışma yapmamızın kamuoyunun doğru bilgilendirilmesi konusunda faydalı olacağı düşüncesiyle bu makale kaleme alınmıştır.

Bize göre Kamu Hizmeti yayıncılığı ise; ***“Toplumsal, Milli, Manevi kültürün oluşması, korunması ve gelecek nesillere aktarılması hususunda herhangi bir baskı grubunun etkisinde kalmaksızın tarafsızlık ve bağımsızlık çerçevesinde belirlenmiş olan Milli yayın ilkeleri doğrultusunda yayın yapan ve öncelikle bilgilendirmeyi, eğitmeyi ve son olarak eğitmeyi amaç edinen bu nedenle kâr amacı gütmeyen ve aynı nedenle reklam verenlere bel bağlamayan”*** yayıncılık türüdür.

Kamu hizmeti yayıncılığı kavramının tanımı ve nitelikleri konusunda ilk çalışmalar İngiliz yayın Kurumu BBC kuruluş yıllarına dayanır. Bu kavramı BBC'nin ilk Genel Müdürü John Reith ortaya atmıştır. John Reith'e göre Kamu Hizmeti Yayıncılığı, "Halk için yapılan, halk tarafından finanse edilen ve halk tarafından kontrol edilen" yayıncılıktır.

Televizyon yayıncılığı başladığından itibaren yönetenler tarafından, yönetilenlere kendi mesajlarını iletmek üzere, çok önemli bir araç olarak kullanılmaya başlamıştır.

Hakim güç unsurlarının mesaj iletme kaygısı, sadece egemenlik alanı ile de sınırlı kalmamış, dış dünyaya da bu mesajlarını vermek istemişlerdir. Özellikle soğuk savaş döneminde hemen hemen bütün ülkelerde yer alan radyo yayınları bunun en güzel örneğidir.

Kısa dalga üzerinden ve ilgili hedef ülke dilinde yapılan yayınlar soğuk savaş döneminin en önemli propaganda aracı olarak kullanılmıştır.

1980'li yılların sonundan itibaren, Berlin Duvarının yıkılması, Sovyet Bloğunun dağılması ve televizyon teknolojisindeki gelişmelerle (uydular aracılığıyla yayınların iletilebilmesi vb) radyolar üzerinden yapılan propaganda savaşları yavaş yavaş terk edilerek yerini bütün dünyaya 24 saat haber yayını yapan televizyon kanallarına bırakmıştır. (BBC World, CNN Int. vb)

İnternetin ortaya çıkışı ve gelişmesi bu tür televizyon yayıncılığına olan ihtiyacı ortadan kaldırmamış aksine bu tür televizyon kanalları bünyelerinde oluşturulan etkili web yayınları ile daha da güçlenmiştir.

Gelişmiş tüm dünya ülkeleri bu tanımlardan hareketle kendi Kamu Hizmeti Yayıncısı kurumlarını kurmuşlardır. Avrupa Birliği Ülkelerindeki kamu Hizmeti yayıncısı kuruluşlar aşağıdaki gibidir.

- | | |
|--------------|------|
| 1-İngiltere | :BBC |
| 2-Almanya | :ZDF |
| 3-İtalya | :RAI |
| 4-Fransa | :GFR |
| 5-Yunanistan | :ERT |
| 6-İspanya | :ESP |

Ülkemizde Kamu Hizmeti Yayıncılığı gibi önemli bir hizmeti yürüten Türkiye Radyo-Televizyon Kurumunun, yasalarla verilen görevleri nasıl ve ne ölçüde gerçekleştirebileceğini belirleyen en önemli faktör finansman konusudur. Bu görevlerin tarafsızlık, çoğulculuk ve ticari çıkarlara karşı kamu yararını kullanma gibi özellikleri ancak, mali özerklikle mümkündür.

Bilindiği üzere, Türkiye'nin kamu yayıncılığı yapmakla görevlendirilen tek yayın kuruluşu olan TRT, halkın geri bildirimine önem veren açık, dinamik, üretken ve en önemlisi cumhuriyet ilkelerine bağlı, tarafsız yayıncılığı hedef edinmiş olan ve ülkemizin tamamına yayın yapabilen Anayasamız ve 2954 sayılı TRT Kurumu yasası ile Kamu Hizmeti Yayıncısı olarak görevlendirilmiş olan bir kurumdur.yıllarda Televizyon alanında ciddi açılımlar ve projeler üreterek yeni TV kanalları açmanın yanında radyoculuk ve internet medyası alanında yeni açılımlar ve kanallar açmış bulunmaktadır.

TRT tarafından özel sektörün kar amacı gütmemesi nedeniyle ilgi göstermediği ancak toplumsal kültürün korunması ve oluşması amacıyla kamu hizmeti yayıncısı görev ve bilinciyle yaptığımız yayınların büyük bir çoğunluğunun ticari anlamda herhangi bir getirisi olmadığı gibi, bu yayınlar ulusal politikalar gereği yapılmakta ve çok büyük maliyetlerle gerçekleştirilmektedir.

Bu yayınların özel yayıncı kuruluşlar tarafından gerçekleştirilebilmesinin olanaksızlığı açıktır.

Öte yandan Kamu yayıncılığının ihtiyaç duyduğu finans kaynağının, bu hizmetin yürütülmesine en uygun yapı ve model içinde sağlanmasının devletlerin yükümlülüğü olduğu hususu, ülkemizin de katıldığı Avrupa Konseyi ve Avrupa Bakanlar Kurulu kararlarında önemle vurgulanmıştır.

Kamu yayıncılığının ihtiyaç duyduğu finans kaynağının, bu hizmetin yürütülmesine en uygun yapı ve model içinde sağlanmasının devletlerin yükümlülüğü olduğu hususu, ülkemizin de katıldığı Avrupa Konseyi ve Avrupa Bakanlar Kurulu kararlarında önemle vurgulanmıştır.

Kurumumuzun kurucu üyeleri arasında yer aldığı Avrupa Yayın Birliği'nin (EBU) de bu konuda çeşitli rapor ve incelemeleri mevcuttur. Bu ortak yaklaşıma göre "kamu yayıncılığı hizmeti" kavramı kendine özgü bir kavram olup kamu yayıncılığı "bütün nüfus" için yapılan bir hizmettir. Kamu yayıncılığı yalnızca kamunun çıkarlarına hizmet eden, izleyicileri "tüketici" olarak değil, "vatandaş" olarak gören bir hizmet niteliği taşımaktadır.

Avrupa Birliği kamu yayıncılığına ilişkin ilkeleri düzenleyen "Kamu Yayıncılığı Hakkındaki Amsterdam Protokolü"nü 1.5.1999 tarihinde kendi Kuruluş Anlaşmasına bağlamış ve Amsterdam Protokolünün Kuruluş Anlaşmasının ayrılmaz bir parçası olduğunu ilan etme ihtiyacını duymuştur.

Yayın kuruluşlarının kamusal görevlerini yerine getirmelerinde finansmanın önemi çeşitli uluslararası siyasi ve hukuki belgelerde ifadesini bulmuştur. Kamu yayıncılığının finansmanı sadece mali bir nitelik taşımamaktadır. Finansman kaynakları ve bunların sağlanış yöntemi, yayın içeriğini ve kuruluşlarının yapısını da doğrudan belirlemektedir. Finansal sistem için yapılacak tercih bu anlamda kamu yayıncılığının niteliğini belirleyecek hayati bir tercihtir.

Bu konu ile ilgili ilk önemli Avrupa belgesi 7–8 Aralık 1994 te Prag'da Avrupa Konseyi tarafından düzenlenen Kitle İletişimi konusundaki "Avrupa Bakanlar Konferansı"nda kabul edilen, "Kamu yayıncılığının Geleceği" hakkındaki 1 No'lu Karardır.

Prag Bakanlar Konferansına katılan devletler kamu hizmeti yayıncılarının görevlerini hakkıyla yerine getirebilmeleri için gerekli, uygun ve güvenli finansmanı sağlayacakları hususunda teminat vermişlerdir.

Çeşitli vesilelerle içeriği yeniden onaylanan bu karar, bugün için de geçerliliğini korumaktadır. Karar, kamu hizmeti yayıncılarının kamusal misyonlarını yerine getirebilmelerini garanti edebilmek için ihtiyaç duydukları istikrarlı ve güvenli finansal kaynağı sağlamaları konusunda, devletlerin yükümlülüklerini vurgulamaktadır. Ülkemizin de üyesi olduğu ve Bakanlar Konseyi toplantılarına katıldığı Avrupa Konseyinin bu kararı, bu bağlamda çok çeşitli finansman kaynaklarını (yayın ruhsat ücretleri, kamu sübvansiyonları, reklam ve sponsor gelirleri, görsel-işitsel ürünlerin satışından elde edilen gelirler vb) içermektedir.

Avrupa Konseyinin 11.09.1996 tarihli “Kamu Yayıncılığının Bağımsızlığının Garanti Edilmesi” hakkındaki 10 sayılı Tavsiye Kararı da ilave ilkeler getirmiştir. Bu belge de, kamu yayın kuruluşlarının kurumsal özerkliğinin ve yayın muhtevası yönünden bağımsızlığının garanti edilmesine duyulan ihtiyaca ışık tutmaktadır. Karar özellikle ruhsat ücretleri ve devlet bütçesinden ödenecek pay gibi kaynakların garanti edilmesine özel bir önem vermektedir.

Son olarak, kamu yayıncılığının önemini vurgulamak için 1 Mayıs 1999 tarihinde, 1997 tarihli “Kamu Yayıncılığı Hakkındaki Amsterdam Protokolü”nün Avrupa Birliği Kuruluş Anlaşmasına eklenmesi ve kuruluş Anlaşmasının ayrılmaz bir parçası olması kararlaştırılmıştır.

Amsterdam Protokolünün Önsözü; her toplumun demokratik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlarına cevap verecek bir kamu yayın kuruluşunun varlığına ve medyada çoğulculuğun sağlanmasına duyulan ihtiyaca ağırlık vermekte, kamu hizmeti niteliklerinin ise, üye devletlerce, her toplumun özgül ihtiyaçlarına göre tanımlanmasını öngörmektedir.

Kamu yayıncısının organizasyon ve finans biçiminin, kamusal görevlerinin yerine getirilmesi için gerekli vasıtalar olduğu kabul edilmiştir. Türkiye, her ne kadar Amsterdam Protokolü'ne bu gün için imza atmış değilse de, Avrupa Birliği'ne adaylığımız karşısında bu belge de, ülkemiz açısından uygulanması zorunlu belgeler arasına girecektir.

Avrupa kamu hizmeti yayın kuruluşlarının finansmanında çoğunlukla yayın bedeli, reklam/sponsorluk, ticari faaliyet ve diğer kamusal gelirler kullanılmaktadır. Bu kaynaklar içerisinde en önemli gelir türü yayın bedelidir. Uygulamada ülkeden ülkeye farklılık gösteren bu gelir, genellikle Birleşik Krallık(İngiltere), Almanya, Fransa ve İsveç gibi pek çok batı Avrupa Ülkesinde, radyo ve televizyon yayınlarını alabilen cihazlara sahip hanelerin ödemek mecburiyetinde olduğu yıllık sabit bir ücrettir.

Birleşik Krallık(İngiltere)' ta kamu hizmeti yayıncılığı yapan BBC gelirlerini televizyon ve radyo alıcıları için ödenen yıllık ruhsat(lisans) ücretlerinden sağlamaktadır.

Kamu hizmeti yayıncılığı yapan Fransız devlet televizyonu GRF' nin gelirleri halktan toplanan yıllık sabit radyo-televizyon vergisinden ve reklam gelirinden sağlamaktadır. Bugün için halktan toplanan yıllık sabit radyo-televizyon vergisi 116 Euro'dur.

Almanya'da ZDF program şartnamelerine göre kamuya hizmet etmekle görevlidir. En büyük gelirini radyo ve televizyon harçları oluşturmaktadır. Televizyon sahibi her evden aylık 21 dolar vergi alınmaktadır. Ayrıca reklam gelirleri de büyük bir yer teşkil etmektedir.

Danimarka'da TV2 tüm halka yönelik olarak program yayınlamayı hedefleyen, bağımsız ve ticari olmayan bir televizyon kanalı niteliğindedir. Gelirleri radyo ve televizyon vergisi üzerine dayanmaktadır.

Radyo ve televizyon vergisi, bir radyo televizyon sahibi olunduğu zaman ödenen kullanım harcıdır. Televizyon kanallarını kullanabilme hakkını alabilmek için yapılan bir ödemedir.

İtalya'da Radyo-TV yayın hizmeti devletin tekelinde olmakla birlikte, devlet bu hizmeti ya bizzat ya da başka bir kuruluşa devretmek yetkisine sahiptir. Nitekim günümüzde bu imtiyaz RAI tarafından kullanılmaktadır. RAI gelirlerini yıllık abone ödemelerinden ve reklamlardan sağlar.

Ancak bazı güney ve doğu Avrupa ülkelerinde, yayın bedeli Türkiye, Yunanistan, Makedonya'da örneği görüldüğü gibi elektrik faturasına, Çek Cumhuriyeti, Polonya ve Macaristan'da örneği görüldüğü gibi telefon faturasına ilave edilen sabit bir ücret olarak tahsil edilmektedir.

Hollanda'da 2000 yılından itibaren uygulanan yöntemde ise yayın bedeli gelir vergisi içerisinde ayrı bir kalem olarak ilave edilmiştir. Bizde elektrik enerjisi hasılatının %2'si yayın bedeli olarak alınmakta iken benzer uygulamayla karşı karşıya olan Yunanistan'da yayın bedeli olarak tahsil edilen, sınai kuruluşlar ve haneler ayırt edilmeksizin her elektrik sayacı başına tahakkuk ettirilen sabit bir ücrettir.

Makedonya'da ise bu sabit ücret sadece hanelere ait elektrik faturalarına ilave edilmektedir. Avrupa da sadece İspanya ve Portekiz'de kullanılan ve özel fon veya destek programı şeklinde kamu hizmeti yayın kuruluşunun hükümete borçlanması ile elde edilen bir gelir türü de mevcuttur.

Bilgilendir-Eğit-Eğlendir amacı üzerine gelişen kamu kurumu yayıncılığı, günümüzde acımasız rekabet koşullarında ciddi bir kaynak kıtlığı sorunu yaşamaktadır. Özellikle yayıncılığın özünde reklam gelirini birinci kaynak olarak düşünmek doğrudur. Ancak, yapılan iş kamu yayıncılığı olduğundan reklam gelirlerini birinci kaynak olarak düşünmek en tehlikeli düşünce tarzıdır.

Çünkü kamu yayıncılığı ilkeleri gereği, programların niteliği üzerinde yoğunlaşır. Yüzde 1'lik izlenme payına sahip olan bir program yapılabileceği gibi, marjinal gruplar içinde programlar yapılabilir. Bu durum reklam gelirlerini düşürür. Reklam gelirleri için popülariteye kaçmak ise kuruluşu kamu yayıncılığı ilkelerinden uzaklaştırır. Dolayısıyla kamu yayıncılığının yapıldığı yerde reklam gelirlerinden ciddi boyutlarda bahsetmek ve bunları kaynak olarak göstermek Kurumlar için gelecek açısından potansiyel tehlikeyi beraberinde getirir.

Kamu hizmeti yayıncılığının finansmanında hiçbir ülkede tek kaynağa dayanılmamakta, çoğunlukla karma bir finansman modeli uygulanmaktadır.

Dünyadaki kamu yayıncılığı finans modellerine bakıldığında genelde reklam dışında kanunla garanti altına alınmış modellerin benimsendiği ve uygulandığı görülmektedir.

Bunlar;

a) Yayın bedelleri; (Radyo-televizyon cihazlarından alınan ruhsat ücretleri, elektrik enerji payı, gelir vergisinden alınan pay gibi kamu yayıncılığında kullanılacak her tür ücret, vergi ve diğer kamusal yükümlülükler),

b) Genel Bütçe'den aktarılacak pay, fonlar, subvansiyonlar,

c) Reklam/Sponsor gelirleri ve görsel-işitsel ürünlerin satışından elde edilecek diğer ticari gelirlere dayanmaktadır.

Kamu hizmeti yayıncılığının finansmanında hiçbir ülkede tek kaynağa dayanılmamakta, çoğunlukla karma bir finansman modeli uygulanmaktadır.

Yayın bedelleri, Avrupa'da karma gelir kaynakları içinde, kamu yayıncılığının amacına en uygun ve en ağırlıklı gelir kaynağı olarak kabul edilmektedir.

Burada yayın bedeli kavramı ile ulusal mevzuattaki nitelendirmeye bakılmaksızın, izleyici/ dinleyiciden alınan doğrudan ve dolaylı, kısmen ya da tamamen kamu hizmeti yayıncılığının finansmanında kullanılan ve vergi niteliği taşıyan her türlü kamusal kaynağı ihtiva etmektedir.

Bu bedel;

- Türkiye'de halen uygulandığı gibi, tüketilen elektrik enerjisi ücretinden alınan yüzde oranında bir pay;
- Yunanistan'da olduğu gibi sınıai kuruluşlar ve haneleri ayırmaksızın her elektrik sayacı başına tahakkuk ettirilen sabit bir bedel;
- Makedonya'da olduğu gibi sınıai kuruluşları kapsamayan, yalnızca hanelere ait sayaçlar üzerinden alınan sabit bir bedel;
- Almanya, Fransa ve diğer bazı Avrupa Birliği üyesi ülkelerde olduğu gibi, radyo-televizyon cihazlarından her yıl alınan ruhsat ücreti şeklinde;
- Polonya, Macaristan gibi ülkelerde telefon faturasına eklenen sabit bir ücret şeklinde;
- Hollanda Parlamentosu'nun 1 Ocak 2000'de kabul ettiği yeni sistemdeki gibi, gelir vergisine eklenen özel bir kalemden tahsil edilmektedir.

Bunlar yayın bedelini toplamanın farklı yöntemleridir.

Ortak özellikleri ise, “müşteri-satıcı” ilişkisi gibi gönüllülük esasına değil kamusal yükümlülüğe dayalı, vergi niteliğinde zorunlu ödemeler şeklinde belirlenmiştir.

EBU (Avrupa Yayın Birliği) verilerine göre Avrupa ülkelerindeki kamu hizmeti yayıncısı kuruluşların finansmanları aşağıdaki gibi sağlanmaktadır.

1-Almanya (ARD-ARDIDW-ZDF) :Yayın Bedeli + Ticari Gelir *BütçeYayın Bedeli

2- Avusturya (ORF) : Yayın Bedeli + Bütçe + Ticari Gelir

3-Belçika (BRTN-RTBF) : Yayın Bedeli + Bütçe + Ticari Gelir Yayın Bedeli + Ticari Gelir

4-Danimarka (DK/TV2-DR): Yayın Bedeli + Ticari Gelir Yayın Bedeli + Ticari Gelir

5- Finlandiya (YLE): Yayın Bedeli + Bütçe

6-Fransa (GRF/FT3): Yayın Bedeli + Bütçe + Ticari [Gelir](#)

7-Hollanda (NOS) : Yayın Bedeli + Ticari Gelir

8-İngiltere (BBC): Yayın Bedeli + Bütçe + Ticari Gelir

9-İspanya (BTVE) : Bütçe + Ticari Gelir

10-İsveç (STR/SVT) : Yayın Bedeli + Ticari Gelir

11-İsviçre (SSR) : Yayın Bedeli + Ticari Gelir

12-İtalya (RA1) : Yayın Bedeli + Bütçe + Ticari Gelir

13-Norveç (NRK): Yayın Bedeli

14-Portekiz (RTP) : Bütçe + Ticari Gelir

15-Yunanistan (ERT): Yayın Bedeli + Ticari Gelir

16-Makedonya (MKRTV): Yayın Bedeli + Ticari Gelir

17-Türkiye (TRT): Yayın Bedeli + Ticari Gelir