

Televizyonlar kamu spotlarını unutmamalı

Yrd. Doç. Dr. Metin Ersoy / Havadis Gazetesi

Toplumu eğitme medyanın temel işlevleri arasında gösteriliyor. Eğitim sadece devlet birimlerinin tek başına yapacağı bir şey değildir. Bu sürece medyanın ve medya ile birlikte tüm paydaşların katkı koyması gerekiyor. Toplumu eğitmenin, bilgilendirmenin en hızlı ve kolay yolu ise medyada yayımlanan kamu spotlarıdır.

Yayın Yüksek Kurulu'nun (YYK) girişimleri ile geçtiğimiz yıllarda "Kamu Spotu" dediğimiz halka belli konularda bilgiler veren, kısa ve eğitici filmler bazı televizyonlarda gösterildi. Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde (KKTC) faaliyet gösteren iletişim fakültelerindeki öğrenci ve öğretim üyelerinin katkılarıyla hazırlanan söz konusu kamu spotları bu günlerde unutulmuş gibi. YYK'nın 2012 yılının başında iletişim fakültelerine gönderdiği yazıda da dikkat çektiği gibi: "...1 dakikayı geçmeyen etkili ve toplumu bilinçlendirici kısa fragmanlar hazırlanması" olarak tanımlanan kamu spotları birçok ülkede önemseniyor ve yayımlanıyor.

Eğitici nitelikteki film

Türkiye'ye baktığımızda ise, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) tarafından 2012 yılında yürürlüğe konulan "Kamu Spotları Yönergesi" bu alandaki ciddi bir boşluğu gidermiş durumda. Yönergeye göre kamu spotu şöyle tanımlanıyor: "Kamu kurum ve kuruluşları ile dernek ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşlarınca hazırlanan veya hazırlatılan ve Üst Kurul tarafından yayınlanmasında kamu yararı olduğuna karar verilen bilgilendirici ve eğitici nitelikteki film ve sesler ile alt bantlar." YYK'nun internet sayfasında yaptığım araştırmaya göre, KKTC radyo ve televizyonları için bu şekilde bir yönergeye rastlamadım. Ancak yine de dönemin YYK Başkanı ve şimdiki Başkan Yardımcısı Olgun Üstün ve yönetim kurulu bu alandaki ihtiyacı görmüş olacak ki iletişim fakültelerinde belli konularda kısa filmler talep etmişlerdi.

Medya ve çocuk

Doğu Akdeniz Üniversitesi (DAÜ), İletişim Fakültesi olarak kamu spotları için hazırlanan filmlere değinmek istiyorum. DAÜ İletişim Fakültesi öğrencileri ve öğretim üyeleri kendilerine YYK tarafından verilen üç konu üzerinde çalıştı. Söz konusu konular: "Medya ve çocuk, su kullanım tasarrufu ve vergi bilinci." Medya ve çocuk konusundan başlayacak olursak, bu alanda ülkemizde en kısa sürede toplumun tüm paydaşlarının katılacağı bir sempozyuma ihtiyaç duymaktayız. Sivil toplum örgütlerinden tutun da, akademisyenlere, devletin ilgili birimlerine, ebeveynlere ve çocuklara kadar herkesin bu sempozyuma katılması gerekiyor. Böylece bireyler medyayı nasıl okumamız gerektiği üzerinde ciddi ve verimli tartışmalar yapabilir. Benzer bir

çalışma geçtiğimiz yıl Türkiye’de yapıldı. YYK’nın bu konuda öncülük edebileceğini söyleyebiliriz.

Bebek bakıcısı

DAÜ İletişim Fakültesi “Medya ve çocuk” konusunda çocukların özellikle televizyonların karşısında yalnız bırakıldığına vurgu yapan bir kamu spotu hazırlamıştı. Söz konusu kamu spotu <http://www.youtube.com/watch?v=UrSvQuY6DtI> adresinden izlenebilir. Yapılan tartışmalar sonucunda televizyonların ebeveynler tarafından “bebek bakıcısı” gibi kullanıldığı ortaya çıkmıştı. Ayrıca hazırlanan kısa filmde günlük yaşamımızın bir parçası haline gelen ve çocukların “keyifli” vakit geçirmesine yardımcı olduğunu düşündüğümüz çizgi filmlerdeki şiddet ve saldırgan davranışlar konu alınmıştı.

“İstedğim gibi kullanırım”

“Su kullanım tasarrufu” konusunda hazırlanan kısa filmde ise hepimizin bildiği ancak uygulamada eksik bıraktığı su kullanımı üzerineydi. Kıbrıs adasının birçok doğal kaynağı kısıtlı olduğunu düşünürsek, bu topraklarda yaşayan bireylerin su konusunda daha bilinçli olması gerekiyor. “Parasını veriyorum, istediğim gibi kullanırım” anlayışı çok kapitalist bir dil olmakla birlikte doğaya da zarar veren bir söylem ve davranış biçimidir. Bu felsefeden hareketle hazırlanan “Kendinizi mahkûm etmeyin, suyu bilinçli kullanın” sloganlı kamu spotu topluma önemli mesajlar aktarıyor. Bahsetmiş olduğum kamu spotu şu linkten izlenebilir: http://www.youtube.com/watch?v=_kizTjprndM

Kan Bankası

DAÜ İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü tarafından hazırlanan bir başka kamu spotu ise, Kan Bankası’nda kan bulmakta sıkıntı yaşayan ihtiyaçlı bireylerin durumunu anlamamız için manidar mesajlar içeriyor. “Kızılay Kamu Spotu” adını taşıyan kısa filmde kan vermenin önemi başarılı ve etkileyici bir biçimde aktarılıyor. Söz konusu kamu spotunu buradan izleyebilirsiniz: <http://www.youtube.com/watch?v=qiDwKjE40Y>.

Kamu spotları artırılmalı

Yukarıda bahsedilen kamu spotları elbette geliştirilebilir. Aklıma gelen ve kamu spotu olarak işlenebilecek belli başlı konuları paylaşmak istiyorum.

1. *Kan vermenin önemi*: Bireyleri kan vermeye teşvik edecek bilimsel bilgiler içeren yayınlar.
2. *Siber kabadayılık*: İnternet üzerinde özellikle çocukların maruz kaldığı cinsel içerikler, şiddet görüntüleri, dalga geçmeler, tehditler, şantajlar.
3. *İnternette sahte kimlikler*: Kişilerin gerçek yaşamdaki kimlikleri ile internetteki bilgilerinin aynı olduğu ve kendini görünmez kabul etmemesini vurgulayacak filmler.
4. *Medya okuryazarlığı*: Bireylerin medyayı doğru okumasına yardımcı olabilecek bilgiler.
5. *Doğa ve çevre koruma*: Doğayı kirletme, kaynakları doğru kullanma yönünde bilinç geliştirecek bilgiler.

6. *Medya Etik Kurulu:* Vatandaşların medya denetimine katılması adına, söz konusu kurulun tanıtılması. Verilecek telefon ve bilgilerle vatandaşların şikâyetçi olduğu konularda MEK'e ulaşabilmesinin sağlanması.
7. *Trafik:* Trafik konusunda bazı radyo kanallar bilgilendirici kamu spotları yapıyor. Benzer kamu spotlarının televizyonlar için de çekilmesi gerekiyor. En basitinden, ambulans aracına yol vermemenin bir suç olduğu vurgulanabilir. En çok yapılan hatalar üzerinden gidilebilir.
8. *Sağlık:* Sağlık konusunda özellikle kanser vakalarının her geçen gün arttığı bir ada ülkesinde yapılması gereken çok fazla sağlık kamu spotu bulunuyor. Belli bir yaşa gelmiş insanların tansiyon, şeker ve kolesterol kontrollerini yapması veya obeziteye karşı mücadele başlatılması belli başlı konular olabilir.
9. *Kadına ve/veya çocuklara yönelik şiddet:* Şiddetin her türlü kınanmalı ve şikayetler için telefonlar verilmeli.

Yaşam boyu eğitim

Söz konusu konuları daha da uzatmak mümkün. Toplumun eğitime medyanın temel işlevleri arasında gösteriliyor. Eğitim sadece devlet birimlerinin tek başına yapacağı bir şey değildir. Eğitimin yaşam boyu devam ettiği gerçeğinden hareket edersek, bu sürece medyanın ve medya ile birlikte tüm paydaşların katkı koyması gerekiyor. Ancak yazının başında da değinmiş olduğum gibi televizyonlar kamu spotu konusunda pek üretken değiller.

Kamu spotu yönergesi

Radyoların kamu spotu konularında daha duyarlı olduğunu söyleyebiliriz. Gazeteler ise yaptıkları haberlerle zaten bireylerin bilinçlenmesine yardımcı oluyor. "Kamu spotlarının televizyonlar tarafından neden ilgi görmediği?" yönünde aklımdaki soruyu Yayın Yüksek Kurulu Başkan Yardımcısı Olgun Üstün'a sordum. Olgun Üstün yanıtı şöyle: "Belirgin bir nedeni yok. Ama görüntüler eskidiği için belki. Görüntüleri yenilemek gerekir. Konuları tazelemek, seyircinin ilgisini artırmak lazım." Üstün'e katılıyorum. Belki tekrardan iletişim fakültelerine kamu spotu hazırlama görevi verilebilir. Ayrıca YYK'nın da RTÜK'ün yaptığı gibi bir kamu spotu yönergesiyle radyo ve televizyonları bu konuda teşvik edebilir.



MEDYA VE ÇOCUK: Televizyonlar ebeveynler tarafından “bebek bakıcısı” gibi kullanılıyor.



KADINA VE/VEYA ÇOCUKLARA YÖNELİK ŞİDDET: Kamu spotları ile birlikte şiddetin her türlü kınanmalı ve Türkiye’de olduğu gibi şikayetler için telefonlar verilmeli.