



T.C.
Aile ve
Sosyal Politikalar
Bakanlığı

AİLE DEĞERLERİNİN KORUNMASINDA
MEDYANIN ROLÜ
EYLEM PLANI 2013-2017





İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ	3	5. HEDEFLER	33
2. GENEL ÇERÇEVE	9	6. İLKELER	36
Medya ve Kırsal Yaşam	10	7. ÖNCELİKLİ ALANLAR	38
Medya Aktarımı	11	8. EYLEM PLANININ YAPISI	40
Medya ve Propaganda	12	9. EYLEM PLANI	43
Tv ve Serbest Zaman	13	EK-1.	46
Medya İçerikleri	15	EK-2.	48
3. AMAÇ	18		
4. HAZIRLIK ÇALIŞMALARI	21		
4.1. Medya Araştırmaları			
4.1.1. Medya Profesyonellerinin ve Medyanın Aile Algısı Araştırması	23		
4.1.2. Türkiye'de Ergen Profili Araştırması	25		
4.1.3. Türkiye'de Aile Değerleri Araştırması	26		
4.1.4. Toplumun Kültür Politikaları ve Medyanın Kültürel Süreçlere Etki Algısı	28		
4.1.5. Türkiye'de Aile Yapısı Araştırması	30		
4.1.6. Kadın Erkek Fırsat Eşitliğinde Medyanın Rolü	31		



1. GİRİŞ

📷 Amerika'da periyodik olarak yayınlanan The Saturday Review adlı dergide yıllar önce Robert Mankoff imzalı bir karikatürde çocuk babasına şöyle soruyordu:

**“ Baba eğer ormanda bir ağaç yere düşerken,
basın bu olayı haber yapmak için orada bulunmuyorsa
o ağaç gerçekten düşmüş olacak mıdır?”**

- 📷 Günümüzde medyatik iletişim, gerçek iletişim olarak algılanmaktadır. Medyatik bilgi de gerçek bilgi...
- 📷 Haber ya da program konuları medyanın mülkiyetini elinde bulunduranların eğilimine uygun olarak -bazen de bunların doğrudan müdahaleleriyle- medya mensupları tarafından seçilir.
- 📷 Bu konular işlenirken izleyicilerin bunları ne derece önemseyecekleri de belirlenir (yayın saatleri, akışta yer alışı sıraları, sayfaları ve başlıkları önem derecesinin önemli ipuçlarıdır.)
- 📷 Böylece, kamuoyunun ne düşüneceği tam olarak sağlanamasa bile ne hakkında düşüneceği büyük bir oranda sağlanmış olur.

- ❁ Kısa sürede büyük kitlelere ulaşma imkânına sahip olan medya, toplumun yapısını, bireyler arasında cereyan eden toplumsal ilişkileri yeniden üretme, yeniden yorumlama gücünü ve yeteneğini, neyin dikkate değer olduğunu ve toplumun neleri görmesi ve duyması gerektiğini belirleyerek önemli bir işlev üstlenmektedir.
- ❁ Tüm dünya ülkelerinde olduğu gibi ülke genelinde de en yaygın kitle iletişim aracı olan televizyon ve en yakın ortağı internet, her kesimin en önemli eğlenme/bilgilenme aracı olarak günümüz insanının günlük yaşamının bir parçası haline gelmiş ve diğer kitle iletişim araçlarından daha kolay takip edilebilir olmuştur.
- ❁ Radyo Televizyon Üst Kurulu'nun Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması 2 (2009) bulgularına göre, Türkiye'de kadınlar günde ortalama 4.5 saat, erkekler ise 4.1 saat televizyon seyretmektedir. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı tarafından yaptırılan Aile Yapısı Araştırması'nın (2011) "Televizyon İzleme Alışkanlığı Bölümünde" görüşülen kişilerin: %18,6'sı 0-1 saat; %55,9'u 1-3 saat; %22,1'i 4-6 saat; %3,4'ü 7 saatten fazla televizyon izlediklerini belirtmiştir. Türkiye'de televizyon ailece vakit geçirme araçlarının en önemlilerinden biri olup, gün geçtikçe televizyon başında geçirilen saatler de artmaktadır.

- ❁ Televizyon başta olmak üzere medyayı çok yakın takip eden bireylerin medyadan ne kadar etkilendiği ve medyanın yüksek etkileme gücü olduğu bir gerçektir. Bu çerçevede yürütülen çalışmalarda, özellikle bütün ailenin ekran karşısında bulunduğu zaman dilimlerinde "ailenin bütünlüğü ve aile hayatının korunması" prensibine dikkat çekilmelidir.
- ❁ Ulusal ve yerel düzeyde kitle iletişim araçlarının sosyal ve ekonomik gelişmeyi sağlayıcı, birlik ve beraberliği koruyucu haber ve programlara önem vermesi konusunda işbirliği ve diyalog ortamının oluşturulması ve sürdürülmesi, önemli sosyal politikaların öncelikleri arasında yer almalıdır.
- ❁ Aile Değerlerinin Korunmasında Medyanın Rolü Eylem Planı (2013-2017) ile; medyanın aile değerlerinin korunmasındaki rolü ve etkisini artırmak hedeflenmektedir. Söz konusu eylem planında öncelikli alanlar "**Eğitim**", "**İletişim – Haberleşme**", "**Kültür – Sanat**", "**İnsan Kaynakları ve Kurumsal Kapasitenin Güçlendirilmesi**" ve "**Hukuki Alan**" olmak üzere 5 alan belirlenmiştir. Her bir alana ilişkin birer hedef, toplam 30 alt eylem ve hangi kuruluşun, neyi, nerede, ne zaman yapacağı açıklanmıştır. Eylem planında yer alan sorumlu kuruluşların her biri söz konusu eylem için bütçe ayırıp, yapacağı faaliyetleri üçer aylık periyotlar halinde izleyip raporlayacaktır.



2. GENEL ÇERÇEVE

MEDYA ve KIRSAL YAŞAM

- Őüphesiz medyanın kırsal kesim üzerinde de bir etkisi vardır, ama bu etki sanıldığı kadar güçlü değildir.
- Bir başka ifadeyle kentlerde medyadan ve sivil toplum kuruluşlarından beklenen birçok Őey kırsal kesimde kanaat önderleri (Opinion Leaders) ve işbirliği ilişkileri sayesinde karşılanabilmektedir.
- Kırsal kesimde hemen hemen aynı işi yapan insanlar yalnızlık duygusundan uzak bir Şekilde birbirlerini çok kolay anlayabilmekte ve birbirlerine daha fazla yardımcı olabilmektedir.

MEDYA AKTARIMI

- 1920'li yıllarda radyonun icadı ile başlayan kitle iletişim anında haber özelliği ile çok geçmeden büyük bir propaganda aracı haline geldi.
- 1950'lerde televizyon radyonun gücüne ortak oldu. Günümüzde ise internetin gelişme hızına rağmen iletişim araçları içinde en yaygın ve etkin kullanımı olan televizyon.
- Düşük, orta ya da yüksek gelir düzeyinde olan hemen her evde televizyon vardır ve en gelişmiş olanının bile kullanımı bir düğmeye basmak kadar kolaydır.

MEDYA ve PROPAGANDA

- ❁ Bir toplumun ayakta kalabilmesi, milli değerlerini; dilini, dinini, tarihini, kültürünü, sanatını koruyabilmesine ve gelecek nesillere doğru aktarabilmesine bağlıdır. Bu, ne kadar çok kitap, dergi, gazete yayınlanırsa, ne kadar çok film yapılırsa toplumsal hedeflerimize o kadar kolay ulaşırız anlamına gelmektedir.
- ❁ Yapılan araştırmalar ortaya koymuştur ki özellikle televizyon hem eğlence hem eğitim-sosyalleşme aracı olduğu gibi aynı zamanda etkin bir sosyal öğrenme aracıdır. Özellikle Demirperde ülkelerinde devletin ve ideolojinin en önemli propaganda aracı kamu televizyonları olmuştur.
- ❁ İkinci Dünya savaşı sırasında Nazi Almanya'sının Yahudilere uyguladıkları muamelenin hemen herkes tarafından biliniyor olması bu alandaki örneklerden biridir.

TV ve SERBEST ZAMAN

- ❁ Araştırmalar göstermiştir ki; ülkemizde televizyon ailece vakit geçirme araçlarımızdan en önemlisidir. Ayrıca gün geçtikçe televizyon başında geçirilen saatler de artmaktadır.
- ❁ 2011 yılında yapılan Aile Yapısı Araştırmasının "Televizyon İzleme Alışkanlığı Bölümünde" görüşülen kişilerin: %18,6'sı 0-1 saat; %55,9'u 1-3 saat; %22,1'i 4-6 saat; %3,4'ü 7 saatten fazla televizyon izlediklerini belirtmiştir.
- ❁ Örneğin Fransa'da çocukların % 30'u her gün 3 saat 28 dakika ekran karşısında kalmaktadır.

MEDYA İÇERİKLERİ

- Uluslararası Çocuk Merkezi tarafından gerçekleştirilen incelemeye göre, iki yaşındaki çocuklar televizyon açmayı biliyorlar, üç yaşında da her gün televizyon izliyorlar.
- Fransa'da yapılan başka bir araştırmaya göre: 4-10 yaşındaki çocuklar 1 saat 45 dakika; 11-14 yaşındakiler 2 saat 1 dakika; büyükler 2 saat 50 dakika televizyon izlemekteler.
- Türkiye'de Ergen Profili Araştırması bulgularına göre, televizyonda en çok takip edilen programlar arasında birinci sırada %65.6 ile yerli diziler yer almıştır.

- Dengeli bireyin yetişmesi adına bu filmlerde işlenen hikayelerin ve mesajların gözden geçirilmesi elzem hale gelmiştir.
- Üstelik bu dizilerde , bol bol içki içilmekte, herkes eve ayakkabıyla girmekte, birlikte yaşayan ve evli olmayan çiftlere mutlaka yer verilmekte hatta bazıları tamamen onlar üzerine kurulmaktadır.
- Bu ülkenin kadınlarının % 76'sı başörtülü olduğu, toplam nüfusun % 60'ı kendini dindar olarak tanımladığı halde, birkaç küçük örnek dışında, TRT'dekiler dahil hiçbir şekilde başörtüsüne, namaz kılma, cami içi görüntülerine yer verilmemektedir.

- ❁ Ailenin korunması adına içeriklerine düzen getirilmesi gereken bu dizi filmler “tek başına yaşayan kadın”, “çocuğunu bir başına büyütebilen kadın”, “eşinden memnun olmadığı için evlilik dışı ilişkilerde bulunan kadın”, “çocuğunun babasına, nikaha dahi ihtiyaç duymadan tek başına yaşayan güçlü kadın” gibi imgeleri işlemektedir.
- ❁ Bu hikâyeleştirme tarzıyla babasız çocuk büyüten kadın figürü, nikahsız birliktelikler özendirmektedir. Aynı hikâyeyi işleyen pek çok sayıda dizi, eş zamanlı olarak yayınlanmaktadır.
- ❁ Sosyal psikologların önemli bir kısmı saldırganlığın öğrenebilir olduğu görüşündedir. 1950’lerden bu yana sosyal psikologlar tarafından çocuk, televizyon ve sosyal öğrenme üzerine bir dizi araştırma yapılmıştır.

- ❁ Bu ve benzeri araştırmalara göre algıları açık, yorumlara kabiliyetleri henüz tam gelişmemiş olan çocuklar, farklı tüm kanallardan gelen mesaj ve bilgilerin açık hedefidir.
- ❁ Belli bir disiplin ve kontrol mekanizmasından geçmeden, seçici olmayan televizyon izleme alışkanlığı süreli olması halinde çocukların saldırganlık başta olmak üzere istenmeyen davranışları edinmesine sebep olduğu gözlenmektedir.
- ❁ 2012 nisan ayında gerçekleştirilen Çocuk Sempozyumu Sonuç Bildirgesi’nde ortaya konduğu üzere bilişim teknolojilerinin çocuklara yönelik teşkil ettiği riskler onların fizyolojik psikolojik ve sosyal refahlarını tehdit etmektedir.
- ❁ Özellikle internetin yaygın kullanımı çocukların hem bir takım suçları işlemesini hem de daha kolay suç mağduru olmasını beraberinde getirmektedir.



3. AMAÇ

ASPB olarak 662 sayılı KHK'nin bize verdiği görevlerin arasında en önemlisi aile bireylerinin korunması konusunda politika üretmektir. Dolayısıyla medya ve aile konusunu bu çerçevede değerlendirmek gerekmektedir.

“ Bu eylem planı ile; medyanın, kadının ve aile içi ilişkilerin güçlendirilmesiyle aile değerlerinin korunmasındaki rolü ve etkisini artırmak amaçlanmaktadır.



4. HAZIRLIK
ÇALIŞMALARI

4.1. MEDYA ARAŞTIRMALARI

4.1.1. Medya Profesyonellerinin ve Medyanın Aile Algısı Araştırması

(2007 yılında gerçekleştirilen, Araştırma projesi kapsamında medya profesyonellerine yönelik 305 anket ve 56 derinlemesine görüşme yapılmıştır.)

- ❁ Bakanlık bünyesinde Strateji Geliştirme Başkanlığı ve Eğitim ve Yayın Dairesi Başkanlığı koordinasyonunda farklı birimlerden ve farklı disiplinlerden gelen uzmanlardan bir ekip oluşturulmuştur.
- ❁ Ekip ile farklı zamanlarda değerlendirme / tartışma toplantıları yapılarak görüş ve öneriler alınmıştır.
- ❁ Ayrıca Medya Profesyonellerinin Aile Algısı (2007), Türkiye’de Ergen Profili Araştırması (2008), Aile Değerleri Araştırması (2009), Toplumun Kültür Politikaları ve Medyanın Kültürel Süreçlere Etki Algısı Araştırması (2011), Türkiye’de Aile Yapısı Araştırması (2011) ve Kadın Erkek Fırsat Eşitliğinde Medyanın Rolü Konulu Komisyon Raporu (2012) bulguları ve ve diğer kaynaklardan yararlanılmıştır.

Yararlanılan araştırmaların bazı bulguları aşağıda yer almaktadır.

- ❁ Ulusal kanallarda program yapan medya profesyonelleri, ticari kar kaygısının ağırlıklı bu sektörü belirleyici ortak bir payda olduğunu açıklıkla dile getirmektedir.
- ❁ Katılımcıların %76’sı medyanın aile değerleri üzerinde etkili olduğunu düşünmektedir (s.44).
- ❁ “Medyada en önemli etken reyting ve satış miktarıdır, diğer etkenler daha sonra gelir” ifadesine katılma oranı %45; katılmama oranı %44’tür (s.50).

- Katılımcıların %60'ı televizyonda sergilenen aile modellerinin Türk aile modelini yansıttığına inanmamaktadır (s.55).
- Katılımcıların %57'si "Dizilerde yansıtılan aile yapısının Türk aile yapısını olumsuz yönde etkilediğini" dile getirmektedir. Bu konuda katılımcıların %22'si de kararsız kalmaktadır (s.56).
- Medya çalışanlarının, %63'ü kendi meslek kuruluşlarının denetimine açık gözükmemektedir ("Medya aile değerleri açısından medya ile ilgili meslek kuruluşları tarafından denetlenmelidir"(s.64).
- Katılımcıların %47'si "Medya genel olarak aile değerlerinin korunmasına önem verir" ifadesine katılmamakta, %25'i ise kararsız kalmaktadır (s.48).

4.1.2. Türkiye'de Ergen Profili Araştırması

(2008-Araştırma kapsamında toplam 5765 ergenle görüşülmüştür. Ergen olarak 13-18 yaş grubu esas alınmıştır.)

- Televizyon izleme saatleri ile ilgili olarak; Araştırmaya katılan ergenlerin %46,6'sı günlük ortalama 1-2 saat; %35,8'i günlük ortalama 3-4 saat; %10,5'i günlük ortalama 5 saat ve daha fazla süreyle televizyon izlediğini belirtmiştir (s.134).
- Televizyonda en çok takip edilen programlar arasında 1. sırada %65,6 ile yerli diziler yer almıştır (s.135).

4.1.3. Türkiye’de Aile Değerleri Araştırması

(Araştırma 2009 yılında yapılmıştır. Örneklem büyüklüğü 6000 hane olarak belirlenmiştir.)

Ailece Birlikte Yapılan Faaliyetlerin Sıklığı:

Ailelerin %72,8’i bir arada “çok sık”; %18,5’u da bir arada “ara sıra” televizyon izlediğini ifade etmiştir (s.210).

(2011 Türkiye Aile Yapısı Araştırmasında ise ailelerin %5,8’i hiç, %34,7’si ara sıra, %59,4’ü ise bir arada televizyon izlediklerini ifade etmiştir.)

Evlenmeden Çocuk Sahibi Olma:

İnsanlar Evlenmeden de Çocuk Sahibi Olabilmelidir” ifadesi, aile kurma ve evliliğe ilişkin değerler yapısı ile ilgilidir. Bu konuda toplumda bir uzlaşma olduğu görülmektedir. Evli olmadan çocuk sahibi olma konusuna destek verenlerin oranı sadece %10,4’tür. “Ne katılıyor, ne katılmıyor” ifadesi ise %7,2’dir (s.112).

(2011 Türkiye Aile Yapısı Araştırması’na katılanların %91,7’si de “Çiftler evlilik dışı çocuk sahibi olabilir” ifadesine katılmamaktadır.)

Nikâhsız Birlikte Yaşama:

Evlilik dışı çocuk sahibi olma konusu ile paralellik gösteren diğer bir ifade ise nikâhsız birlikte yaşamaya bakıştır. Verilere göre, toplumun %12,2’si nikâhsız birlikte yaşamaya hoşgörülü yaklaşırken, %79,7’si ise olumsuz düşündüğünü ortaya koymaktadır (s.114).

(2011 Türkiye Aile Yapısı Araştırması’na katılanların %90,6’sı “Çiftler nikahsız birlikte yaşayabilir” ifadesine katılmamaktadır.)

4.1.4. Toplumun Kültür Politikaları ve Medyanın Kültürel Süreçlere Etki Algı Araştırması

Televizyonun Olumsuz Yönleri, Güvenilirlik ve Gerçekleri Çarpıtma:

Ankete katılanların medyaya olan güvenlerinin az olduğu görülmektedir (s.198).

Araştırmaya katılanların %74,4'ü Türkiye'de medyanın kendi çıkarları doğrultusunda gerçekleri çarpıtan bir yayıncılık yaptığı görüşüne sahiptir (s.88).

Kültürel Değerlerimize Saygılı Yayın Yapmama:

Araştırmaya katılanların %56,8'i Türkiye'de medyanın genel olarak toplumun kültürel değerlerine saygılı yayın yapmadığını savunmaktadır (s.85).

Değerleri Zayıflatma:

Araştırmaya katılanların %66,7'si Türkiye'de televizyon yayıncılığının geleneksel inanç ve değerlerimizi zayıflatıcı nitelikte olduğu görüşünü paylaşmaktadır (s.94).

Olumsuz Rol ve Modeller Sunma:

Araştırma sonuçlarına göre, katılımcıların %70,5'i televizyon programlarının gençlere genelde olumsuz rol modeller sunduğunu belirtmektedir (s.100).

Ankete katılanların % 78,2'si yerli dizilerin çoğunu, konu ve görsel içerik olarak çocukların ruh sağlığı açısından sakıncalı bulduklarını belirtmişlerdir (s.102).

Aile İçi Çatışma:

Ankete katılan kişilerin % 81,2'si bazı televizyon dizilerindeki aile içi çatışmaların Türk aile yapısını olumsuz etkileyeceği yönünde fikir belirtmişlerdir.

Şiddet ve Cinsel İçerikli Yayın Hakkında Görüşler:

Ankete katılanların %86,5'i bazı televizyon dizi ve programlarının, çocukları ve gençleri şiddet kullanmaya teşvik etmekte olduğu fikrine katılmaktadır (s.120).

Katılımcıların %28,9'u televizyon programlarındaki şiddet içerikli görüntü ve konuşmaların sınırlandırılmasının basın özgürlüğüne aykırı olduğunu düşünürken %58,5'i bu görüşe katılmamaktadır (s.147).

Katılımcıların %33,2'si televizyon programlarındaki cinsel içerikli görüntü ve konuşmaların sınırlandırılmasını basın özgürlüğüne aykırı bulurken %53,4'ü ise aykırı bulmamaktadır

4.1.5. Türkiye'de Aile Yapısı Araştırması



(2011 Yılında Türkiye genelinde 12.056 geçerli hane anketi yapılmıştır. Bu hanelerde 18 yaş üstü 10.362 erkek ve 13.017 kadın olmak üzere toplam 23.379 kişi ile görüşülmüştür.)

Televizyon İzleme Alışkanlığı Bölümü:

Görüşülen kişilerin %18,6'sı 0-1 saat; %55,9'u 1-3 saat; %22,1'i 4-6 saat; %3,4'ü 7 saatten fazla televizyon izlediklerini belirtmiştir.

4.1.6. Kadın Erkek Fırsat Eşitliğinde Medyanın Rolü

(Bu çalışma 2012 yılı içinde Kadın Erkek Fırsat Eşitliği Komisyonu Başkanlığında oluşturulan alt komisyon tarafından gerçekleştirilmiştir.)

-  Rapor ile; medyanın, üretim süreci ve içeriğini Kadın Erkek Fırsat Eşitliği mücadelesinde katkı sağlayacak şekilde eşitlikçi bir gözden geçirmesi amaçlanmıştır.
-  Söz konusu çalışmada medya temsilcileri, sivil toplum kuruluşları, akademisyenler, meslek örgütleri ile çeşitli görüşmeler yapılmış ve ulusal ve uluslararası örnekler incelenmiştir.



5. HEDEFLER

- Aile değerlerinin korunmasına yönelik ve Türk aile yapısına uygun medya çalışmalarında artış sağlamak.
- Her düzeyde medya profesyonellerine yönelik aile değerleri ve Kadın Erkek Fırsat Eşitliği alanında bilgi güncellemeleri yapmak.
- Medya kuruluşları ile işbirliği içinde aileye ilişkin işbirliği alanları oluşturmak.
- İletişim ve haberleşmeye yönelik sosyal riskleri azaltmak.

- Medya kullanıcıları ve uygulayıcıları ile ilgili mevzuatı izlemek ve değerlendirmek.
- Yazılı ve görsel medya aktörlerinin kurumsal kapasitelerini güçlendirmek.
- Toplumun kültürel değerlerini yarıştıran ve yozlaştıran yazılı ve görsel medya karşısında etik değerler ve kriterleri benimseyen mekanizmalar oluşturmak.
- Medyada Kadın Erkek Fırsat Eşitliği için elverişli ortam ve stratejiler geliştirmektir.



6. İLKELER

- Medyanın ve toplumun katkı ve katılımı esas alınacaktır.
- Uygulamada insan odaklı çalışılacaktır.
- Her durumda RTÜK'ün uygulama ve koordinasyon konusunda gerekli rolleri alması sağlanacaktır.
- Uygulamada etik ilkeleri çerçevesinde verimi, adaleti ve eşitliği sağlayacak stratejilerin geliştirilmesi için özel gayret sarf edilecektir.
- İletişim ve medya konusunda iyileştirme ve gelişmelerin sürdürülebilirliği sağlanacaktır.
- Değerlendirmelerde bütüncül yaklaşım benimsenecektir.



7. ÖNCELİKLİ ALANLAR



Eğitim



İletişim – Haberleşme



Kültür – Sanat



İnsan Kaynakları ve Kurumsal Kapasitenin Güçlendirilmesi



Hukuki Alan



8. EYLEM PLANININ YAPISI

ÖNCELİKLİ ALANLAR	EYLEM SAYISI
Eğitim	8
İletişim – Haberleşme	6
Kültür – Sanat	5
İnsan Kaynakları ve Kurumsal Kapasitenin Güçlendirilmesi	6
Hukuki Alan	5
TOPLAM	30



9. EYLEM PLANI

ÖNCELİKLİ ALAN 1: EĞİTİM

Hedef : Eğitim, aile ve iletişim dünyaları esasında aile değerlerinin korunmasına yönelik kadın erkek fırsat eşitliği kapsamında, özellikle çocukların sağlıklı gelişimine yönelik medya çalışmalarında artış sağlamak

Eylem No	Yer	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar	Başlama-Bitiş Tarihi	Yapılacak İşler ve Açıklamalar
1.2		RTÜK, TRT, BSYM, Anadolu Ajansı, Medya kuruluşları	ASPB (Kadın Statüsü Gen. Müd.)	2013-2017	Ulusal ve yerel düzeyde toplumda rol model olan aktörlerle (bilim adamı, siyasetçi, sanatçı, yazar, gazeteci vb.) interaktif toplantılar düzenlenecektir.
1.3		RTÜK, MEB	ASPB (Aile ve Toplum Hiz. Gen. Müd., Çocuk Hiz. Gen. Müd.)	2013	Ders materyallerinden ayrımcılık içeren öğeler tümüyle ayıklanacak, ders etkinlikleri kadın erkek fırsat eşitliği bakış açısıyla hazırlanacaktır. Dersi veren öğretmenlere yönelik eğitim çalışmaları artırılacak ve bu eğitimlere aile değerleri ve kadınların medyada yer alışı da eklenecektir. Dersin içeriğinde şikayet ve özdenetim mekanizmalarına daha fazla vurgu yapılacaktır.
1.4		ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk. ve Strateji Daire Başkanlığı)	İlgili Kamu Kuruluşları, Üniversiteler ve STK'lar	2013 -2014	Basında aile rehberi ekleriyle, görsel medyada aile kuşağı süreçleriyle, sosyal medya ve internette bilgilendirme linkleriyle içeriğe uygun olarak gerçekleştirilecektir.

Eylem No	Yer	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar	Başlama-Bitiş Tarihi	Yapılacak İşler ve Açıklamalar
1.5		TRT, BYEGM, AA, RTÜK	ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk.)	2013-2017	İletişim ve medya alanında karar vericilere, uygulayıcılara ve faydalanıcılara yönelik etik ilke ve kriterleri konusunda farkındalık çalışmaları düzenlenecektir.
1.6		MEB	Üniversiteler, İlgili STK'lar, ASPB (Çocuk Hizm. Gen. Müd.)	2013-2014	Ailelerin çocuklarla ve gençlerle olan ilişkilerinde, çatışma ve sorun çözümlenmeye yönelik eğitim programlarına medyada belirli saatlerde ağırlık verilecektir.
1.7		MEB, RTÜK	ASPB (Toplum Hizmetleri Gen. Müd.)	2013-2015	Yetişkin kadın ve kız çocukları başta olmak üzere, internet, bilgisayar okuryazarlığını geliştirmek ve bu alandaki eşitsizliği gidermek için kullanım pratiklerini destekleyecek dijital okuryazarlık kursları verilecektir.
1.8	81 il	ASPB (Kadın Statüsü Gen. Müd.)	TBBM (KEFEK), İlgili Kamu Kuruluşları, Devlet Personel Başkanlığı	2013 - 2015	Kadın hakları ve kadın erkek fırsat eşitliği konusunda toplumsal algının dönüşümü sağlanacaktır. Kadınların karar ve merci noktalarında yer almasına yönelik güçlendirme eğitimleri yapılacaktır. Medyada zihinsel dönüşüme yönelik farkındalık artırma çalışmalarında ağırlık verilecektir.

ÖNCELİKLİ ALAN 2: İLETİŞİM

Hedef: Eğitim, aile ve iletişim dünyaları arasında iletişim ve medya konusunda iyileştirme ve gelişmelerin sürdürülebilirliğini sağlamak

Eylem No	Yer	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar	Başlama-Bitiş Tarihi	Yapılacak İşler ve Açıklamalar
2.1		İlgili STK	ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk., Strateji Geliştirme Bşk.)		Reklamverenler ve sivil inisiyatifleri ile birlikte bakanlığın da içinde yer aldığı bir çatı oluşturulacaktır. Bu bağlamda bu oluşum; izleme, değerlendirme, raporlama ve kamuoyu oluşturacaktır. Söz konusu oluşum aynı zamanda gönüllü medya izleme ve takibi yapacak, TV karnesi oluşturacak ve periyodik olarak kamuoyu ile paylaşacaktır. Bunların yanı sıra günlük olarak Web sayfası üzerinden "bugün ne izlemem" diye son izleyicilere yönelik listeler yayınlayacaktır.
2.2	81 il	RTÜK, TÜİK	Üniversite ve ilgili STK'lar, (ASPB, ASDEP)	2013-2014	Türkiye'nin kitle iletişim araçları kullanım haritası (Medya-İletişim Haritası), bölgesel, kır-kent düzeyine çıkartılacaktır. (Söz konusu çalışmada kitle iletişim araçlarının kullanım durumunu, hangi programlar, hangi saatlerde, hangi düzeyde, bölge, kır-kent, cinsiyet, yaş vb. değişkenlere göre analiz edilecek) ASDEP çalışanlarından yararlanılacaktır.
2.3	7 il	RTÜK	ASBP	2013 - 2017	Ulusal medya iletişim stratejisi için medya profesyonelleri, ilgili üniversite ve STK temsilcileri ile bölgesel (Ankara, Gaziantep, İzmir, Trabzon, İstanbul, Antalya, Van) arama konferansları yapılacaktır. Ayrıca hazırlanmakta olan ASPB ve medya iletişim strateji ile paralellik sağlanacaktır.

Eylem No	Yer	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar	Başlama-Bitiş Tarihi	Yapılacak İşler ve Açıklamalar
2.4	Ankara	RTÜK	ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk., Strateji Geliştirme Bşk.)	2013	Toplumun hassas yaş gruplarında yer alan özellikle çocukların okul ve uyku saatlerine göre belli programların gün ve saatlerinde değişiklikler yapılabilmesi için ortak stratejiler geliştirilecektir. Akıllı işaretlerin tüm üretimlerde (oyun, CD, DVD vb.) kullanılır olması sağlanacaktır.
2.5	81 il	RTÜK - MEB	ASBP	2013 -2015	Kalkınmada öncelikli bölgelerde dez avantajlı nüfusu gruplarına yönelik medyanın doğru kullanımı konusunda bilgi ve farkındalık artırılacaktır. Bu bağlamda Halk Eğitim Merkezleri, ÇATOM'lar, Gençlik Merkezleri, Toplum Merkezleri, SHM gibi oluşumların mevcut programlarına eklenecek ve yaygınlaştırılacaktır.
2.6	59 İletişim fakültesi	YÖK	Üniversitelerin iletişim ve eğitim fakülteleri	2013	İletişim ve eğitim fakültelerinde eğitim gören öğrencilere yönelik toplumsal cinsiyet ve medya atölye çalışmalarına ağırlık verilecektir.
2.7		RTÜK, Bilgi Teknolojileri ve İletişim kurumu Bşk.	ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk.)	2013 - 2017	Yazılı ve görsel kitle iletişim araçlarının güvenli kullanımına yönelik farkındalık artırıcı etkinlikler düzenlenecektir. (internet, mobil tel., blog vb. araçlardan yararlanılacak)

ÖNCELİKLİ ALAN 3: KÜLTÜR - SANAT

Hedef: Toplumun kültürel değerlerini yarıştıran ve yozlaştıran yazılı ve görsel medya karşısında etik değerler ve kriterleri benimseyen mekanizmalar oluşturmak

Eylem No	Yer	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar	Başlama-Bitiş Tarihi	Yapılacak İşler ve Açıklamalar
3.1		ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk.), ATHGM	RTÜK, TRT ve diğer medya kuruluşları	2013 -2017	Yeditepe Kısa Film Festivali ilk yıl ulusal, ikinci yıl uluslararası düzenlenecektir.
3.2	Ankara	TRT	ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk)	2013-2017	Her yıl "Büyük Aile Ödülü" başlığı altında sinema ve TV yapımlarına dönük ödül düzenlenecek ve bu etkinlik geleneksel hale getirilecektir.
3.3		ASPB	İlgili STK ve Üniversiteler, TRT, BYEGM	2013 - 2017	Bu alanda afiş, reklam, film ve tez çalışmaları ve her türlü yayın desteklenecektir.

Eylem No	Yer	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar	Başlama-Bitiş Tarihi	Yapılacak İşler ve Açıklamalar
3.4		RTÜK	ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk.)	2013 -2017	Özel sektörün aile değerlerinin korunmasına ilişkin kurumsal sosyal sorumluluk projeleri ve uygulamaları teşvik edilecektir.
3.5		ASPB	ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk.)	2013-2017	Ailenin korunması ve yaşatılmasına yönelik programların yaygınlaştırılmasını özendirmek amacıyla belli kriterler çerçevesinde "aile dostu sertifikası" verilecektir. Bakanlığın kamusal desteği bakanlık politikalarına uygun dizi, oyun, film gibi her türlü görsel ve kitlesel iletişim formatlarına sağlanacaktır.
3.6		ASPB	ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk.)	2013 - 2017	Bakanlığın dışında ülkemizde oldukça yoğun bir şekilde bakanlık faaliyet alanları ile ilgili uygulamalar, seminerler, konferanslar, filmler, belgeseller, çalıştaylar düzenlenmekte ve yapılmaktadır. Bakanlık Sosyal politika alanının hiçbir bölgesinden geri durmamalı bu yüzden bütün bu faaliyetlerde logosunun görünmesinden uzman katılımına, finans desteğinden mekan sağlanmasına kadar pek çok alanda her zaman destek verecek bir mobiliteye sahip olacaktır.

ÖNCELİKLİ ALAN 4: İNSAN KAYNAKLARI VE KURUMSAL KAPASİTENİN GÜÇLENDİRİLMESİ
Hedef: Yazılı ve görsel medya aktörlerinin kurumsal kapasitelerinin güçlendirilmesini sağlamak

Eylem No	Yer	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar	Başlama-Bitiş Tarihi	Yapılacak İşler ve Açıklamalar
4.1		İlgili bakanlıklar Başbakanlık ve Devlet Personel Başkanlığı	ASBB (Personel Daire Bşk. ve Strateji Geliştirme Bşk.)	2012 - 2013	Kadın erkek eşitliğinin ana politikalara dahil edilmesine yönelik çalışmalara ağırlık verilecektir. Medyada karar verici ve politika yapıcılara yönelik eşitlik bakış açısını kazandırıcı seminer ve atölye çalışmaları yapılacaktır.
4.2		RTÜK, TRT, Anadolu Ajansı, BYEGM	ASPB (Kadın Statüsü Gen. Müd.)	2013 -2015	Medya sektöründe çalışan kadın sayısı ve statülerinin ayrıntılı tespitine yönelik araştırma yapılacaktır. Medyada kadın temsili yerine ilişkin farklı düzenlemelerin tartışılacağı çalıştaylar düzenlenecektir.
4.3		ASPB (Strateji Geliştirme Bşk., Aile ve Toplum Hiz. Gen. Müd.)	Medya kuruluşları, RTÜK	2013 -2014	Bu alanda Türkiye ve dünya örnekleri hızlı değerlendirme teknikleri ile incelenip, raporlaştırılacak ve daha sonra ilgili kurumlarla yapılması gerekenlerin tartışılacağı bilgi-deneyim-paylaşım platformları organize edilecektir.

Eylem No	Yer	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar	Başlama-Bitiş Tarihi	Yapılacak İşler ve Açıklamalar
4.4		Devlet Personel Başkanlığı, İlgili kurumlar RTÜK ve TRT	ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk.)	2013 -2014	RTÜK ve TRT başta olmak üzere diğer bağlı kuruluşlarda çalışan teknik personelin kapasitesini artırmak amacıyla teknik eğitim seminerleri düzenlenecektir.
4.5		RTÜK	MEB, ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk.)	2013 -2017	E-öğrenme yoluyla yerel medya aktörlerinin kapasitelerinin güçlendirilmesine yönelik belirli dönemlerde sertifika programı düzenlenecektir.
4.6		KSGM, ASPB (Eğitim Yayın Daire Bşk.)	TÜBİTAK, Kadın Eserleri Kütüphanesi ve Bilgi Merkezi Vakfı	2013 -2015	2013 yılında Türkiye'de toplumsal cinsiyet alanında yapılan çalışmaların arşivinin oluşturulması amacıyla bir etüt çalışması gerçekleştirilecektir. Bu çalışma ışığında 2014 yılında rojenin hayata geçirilmesi planlanmaktadır.
4.7		BTK	ASPB (Eğitim ve Yayın Daire Bşk.) İlgili STK'lar	2013 - 2017	Sivil inisiyatif aracılığıyla (STK ortak platformu) izleme, değerlendirme, kamuoyu duyuruları, kampanyalar vb. etkinlikler düzenlenecektir.

ÖNCELİKLİ ALAN 5: HUKUKİ ALAN

Hedef: Uygulamada etik ilkeleri çerçevesinde verimi, adaleti ve eşitliği sağlayacak stratejilerin geliştirilmesi için özel gayret sarf etmek

Eylem No	Yer	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar	Başlama-Bitiş Tarihi	Yapılacak İşler ve Açıklamalar
5.1		TBMM, Çalışma ve Sosyal Sosyal Güvenlik Bakanlığı		2013	Medya alanında çalışanları bire bir ilgilendiren iş kanununa ilişkin yönetmelikler gözden geçirilerek ortak çalışma alanlarının güçlendirilmesi için çalışmalar yapılacaktır.
5.2		TBMM (KEFEK), RTÜK, TRT, Anadolu Ajansı	İlgili STK'lar	2013	Konu ile ilgili aktör ve paydaşlarla çözüm odaklı durum ve ihtiyaç analizi çalışması yapılarak, mevzuat günümüz koşullarında tekrar gözden geçirilecektir.
5.3		TBMM ve RTÜK	İlgili medya kuruluşları		İlgili kanununun 20. Maddesi, "ayrımcılık" başlığı eklenecek ve madde yeniden düzenlenecektir.

Eylem No	Yer	Sorumlu Kuruluş	İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar	Başlama-Bitiş Tarihi	Yapılacak İşler ve Açıklamalar
5.4					5651 sayılı "İnternet ortamında yapılan yayınların düzenlenmesi ve bu yayınlar yoluyla işlenen suçlarla mücadele edilmesi hakkında kanun" 8. Maddesini a bendine Türk Ceza Kanunu 216. Madde atıfta bulunarak "halkın bir kesimine, sosyal sınıf, ırk, din, mezhep, cinsiyet veya bölge farklılığına dayanarak alenen aşağılama" eklenecektir.
5.5		TRT	RTÜK	2013	TRT bünyesinde eşitliği sağlamaya yönelik bir özdenetim mekanizması kurulacak ve Eşitlik Konseyi gibi bir özdenetim yapısı TRT'nin programlarını takip edecektir. Ayrıca toplumsal cinsiyet bağlamında denetim yapılabilmesi bu özdenetim kanallarının topluma anlatılacağı çalışmalar gerçekleştirilecektir.



EK-1. KISALTMALAR

AA:

Anadolu Ajansı

ASPB:

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı

BTK:

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu

BYEGM:

Başbakanlık Basın ve Yayın Enformasyon Genel Müdürlüğü

KSGM:

Kadının Statüsü Genel Müdürlüğü

MEB:

Milli Eğitim Bakanlığı

RTÜK:

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu

SETA:

Siyaset ve Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı

STK:

Sivil Toplum Kuruluşları

TBMM:

Türkiye Büyük Millet Meclisi

TRT:

Türkiye Radyo Televizyon Kurumu

TUBİTAK:

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

TÜİK:

Türkiye İstatistik Kurumu

YÖK:

Yüksek Öğretim Kurumu



EK-2.
EYLEM PLANIN'DA
YER ALAN HER BİR EYLEM İÇİN;

- İlgili eksen ve alt başlığı ifade eden **"Eylem No"**,
- Ne yapılacağını kısaca tanımlayan **"Eylem Adı"**,
- Eylemin yürütüleceği ili gösteren **"Yer"**,
- Eylemi gerçekleştirmekten **"Sorumlu Kuruluş"**,

- Eylem gerçekleştirilirken **“İşbirliği Yapılacak Kuruluşlar”**,
- Eylemin tamamlanma süresini gösteren **“Başlama-Bitiş Tarihi”** ve
- Yapılacak yasal düzenlemeleri, idari işlemleri ve yapılacak işlerin ayrıntılı gerekçesi ve açıklamasını gösteren **“Yapılacak İşlem ve Açıklamalar”** belirlenmiştir.

