



JOURNAL OF SOCIAL AND HUMANITIES SCIENCES RESEARCH

Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi

Open Access Refereed e-Journal & Refereed & Indexed

ArticleType	ResearchArticle	Accepted / Makale Kabul	16.11.2019
Received / Makale Geliş	08.10.2019	Published / Yayınlanma	19.11.2019

İLK YARDIMI KONU ALAN KAMU SPOTLARININ İNCELENMESİ INVESTIGATION OF PUBLIC SPOTS ON THE FIRST AID SUBJECT

Prof. Dr. C. Gazi UÇKUN

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve GüvenlikBölümü, Kocaeli /TÜRKİYE, ORCID: 0000-0002-0169-5401

Öğr. Gör. Barış DEMİR

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, Kocaeli /TÜRKİYE, ORCID: 0000-0001-6997-6413

Öğr. Gör. Aykut TOSUN

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve GüvenlikBölümü, Kocaeli/TÜRKİYE, ORCID: 0000-0002-6839-8858

Öğr. Gör. Asiye YÜKSEL

Kocaeli Üniversitesi, Hereke Ömer İsmet Uzunyol MYO, Mülkiyet Koruma ve GüvenlikBölümü, Kocaeli/TÜRKİYE, ORCID: 0000-0003-0749-3576



Doi Number: <http://dx.doi.org/10.26450/jshsr.1564>

Reference: Uçkun, C. G.,Demir, B., Tosun, A. & Yüksel, A. (2019). İlk yardımı konu alan kamu spotlarının incelenmesi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(44), 3544-3551.

ÖZET

Kamu spotu uygulaması, toplumda dikkat çekilmek istenilen konularda farkındalık yaratma ve iletişim çalışmalarında kullanılabilecek etkili araçlardan biridir. Kamu spotu olarak tavsiye edilen yayımlar reklam süresinden yani ticari yayından sayılmamaktadır. Bu nedenle kamu spotu ibaresi taşıyan yayınların ücretsiz veya düşük ücretle yayınlanması teşvik edilmektedir. Toplumda ilk yardım farkındalığı artırılmalıdır.

Toplumda ilk yardım konusunda farkındalık yaratmak amacıyla yapılan kamu spotları resmi sitelerde taranmıştır. Yapılan taramalarda bulunan veriler, araştırma metodu bulgular kısmında sunulmuştur. 43 adet kamu spotları incelendiğinde 1 adet ilk yardım ile ilgili olan kamu spotu çalışmasına rastlanmıştır. Çalışma bu sayının toplumsal farkındalık yaratmada yetersiz olduğundan hareketle bilincin artırılmasına yönelik yeni kamu spot çalışmalarının yapılmasını önermektedir.

Anahtar Kelimeler: İlk Yardım, Kamu Spotu, RTÜK, Toplum Bilinci

ABSTRACT

Public spot application is one of the effective tools that can be used in awareness raising and communication activities in the subjects that need attention in the society. Publications recommended as public spots are not counted from advertising period, commercial broadcasts. For this reason, publications with the term public spotlight are encouraged to be published free of charge or at low cost. First aid awareness in the community should be increased.

In order to raise awareness of first aid in the public, public spots were scanned on official sites. The data found in the scans are presented in the research method findings section. When 43 public spots were examined, it was found that there were 1 public spot works related to first aid. As this number is insufficient in creating social awareness, it proposes to conduct new public spot works in order to raise awareness.

Key Words: First Aid, Public Spot, RTÜK, Community Awareness

1. GİRİŞ

Her hangi bir kaza ya da yaşamı tehlikeye düşüren durumlarda, ilk yardım bilgisi, önce bireyin kendisini sonra da bireyin çevresine yapacağı hayatsal yardım olanağını kazandırmalıdır (Akt. Bölükbaşı, Kahraman, Karaman ve Kalaycı, 2007; Ege, 1999). Kazaları önlemenin en güvenilir yolu ise eğitimidir. Toplumun ilk yardım konusunda eğitilmesinin yararlarını ortaya koyan çalışmalar literatürler de yer almaktadır (Bayraktar ve Çelik 2000).

Temel ilk yardım bilgisi olmayan bir kişinin de her hangi bir kaza ya da yaşamı tehlikeye düşüren durumda gerekli yardım kuruluşuna nasıl arama yapılacağı veya güvenli bir alan oluşturmak için ne gibi tedbirler alınacağı hususunda kamu spotu yayınları hazırlanarak toplum bilincinin artırılması sağlanabileceğidir.

Türkiye’de bu düzenlemelerden biri olan kamu spotları; 1927 yılında radyoda kamu yararı içeriği taşıyan ‘anons’larla, televizyonda ise 1981 yılında ‘kamu yararı spotları’yla başlamıştır (Bilgiç, 2016).

Kamu spotu özelinde bir değerlendirme yapıldığında ise bu uygulamanın eş zamanlı olarak üç işlevi yerine getirdiği ifade edilebilir. Öncelikle, kamu spotları aracılığıyla kamuyu ilgilendiren sorunlara yönelik ulusal farkındalık kazandırma ve bilgi yayılımı gerçekleştirilebilir. İkincisi, kamu spotları toplumun bir parçası olan bireylerin tutumlarını değiştirebilmektedir. Son olarak ise kamu spotları ile bireylerin davranışlarında bir değişim ortaya çıkması da mümkün olabilmektedir (Borzekowski & Poussaint, 1998; akt. Güleç, 2018).

İlk yardım farkındalığının artırılması ve daha iyi bir toplum oluşturulması amacıyla kamu spotu yolu ile insanların toplumsal olarak kabul gören davranışlar sergilemesine yönlendirilmesi amaçlanmaktadır. Böylelikle insana saygı gösteren ve her hangi bir kaza veya olay karşısında duyarsızlaşmamayı, toplum bilincinin daha üst seviyelere çıkartılabilmesi sağlanacaktır.

2. KAMU SPOTU

2.1. Kamu Spotu Tanımı

Dünya’da ve Türkiye’de ‘kamu spotu’ tanımlarını incelediğimizde, bu tanımların ağırlıklı olarak radyo televizyon yayıncılığını düzenleyen kurullar tarafından yapıldığını görmekteyiz.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Kamu Spotları Yönergesi’nde yer alan kamu spotu tanımı: “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 bantları” şeklindedir (RTÜK’ten akt. Bilgiç, 2016)

Kamu Spotları Yönergesi’nde geçen tanıma göre (URL-1):

Madde 3 –(1) Bu yönergenin uygulanmasında geçen;

a) Alt bant: Program yayını esnasında, çoğunlukla ekranın alt bölümüne yerleştirilen, sabit ve/veya hareketli olarak verilen yazılı bilgi, diyalog ve metinleri,

b) Kamu spotu/spot: 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 bantları,

c) Kanun: 15/2/2011 tarihli ve 6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanunu,

ç) Üst Kurul: Radyo ve Televizyon Üst Kurulunu,

d) Yayıncı: Televizyon ve/veya radyo yayın hizmeti veren medya hizmet sağlayıcıyı,

ifade eder.

Aynı yönergede “Kamu Spotlarının Tavsiye Edilmesine İlişkin Esaslar” da ilkeler aşağıdaki şekilde düzenlenmiştir (URL-1):

MADDE 4- (1) Kamu spotları, ancak toplumu ilgilendiren ve yayınlanmasında kamu yararı bulunan olay ve gelişmelere ilişkin konularda hazırlanır. Başvuru yapan kuruluşlar, hazırladıkları spotlarda belirtilen konu dışında sadece kendi faaliyetlerinin tanıtımını yapamaz.

(2) Kamu spotları; Kanununun 8 inci maddesinde belirlenen yayın hizmet ilkelerine ve ilgili mevzuata uygun olarak hazırlanır.

(3) Kamu spotlarında gizli ticari iletişim de dâhil her türlü ticari iletişime yer verilemez. Spotun hazırlanmasında katkısı olan gerçek veya tüzel kişilerin adını, markasını, logosunu, imajını, faaliyetlerini veya ürünlerini tanıtmak amacıyla programlara yönelik yaptığı her türlü katkıyı içerdiği tespit edilen başvurular doğrudan reddedilir.

(4) Reklam bütçesi bulunan ve başka mecralarda reklam olarak yayınlanan spotlar, kamu spotu olarak kabul edilmez.

(5) Gerçek kişiler adına kamu spotu başvurusu yapılamaz.

(6) Spot başvurusu yapacak olan kurum ve kuruluşlar için, bir takvim yılı içinde, zorunlu haller dışında, en fazla 3 (üç) kamu spotu tavsiye kararı alınır.

(7) Prodüksiyon kalitesi Üst Kurulca yetersiz bulunan kamu spotları iade edilir.

(8) Kamu spotlarında siyasi parti logolarına ve siyasi figürlere yer verilemez.

2.2. Kamu Spotunun Amacı

Kamu spotlarının amacı kamu yararındır. Kamu yararını somut olarak gerçekleştirmek de fikirlerin pazarlanmasıyla ve bireylerde davranış değişikliği yaratılarak mümkün olmaktadır.

Kamu spotları: kalp hastalığını önlemek için spora başlamak, güvenli seks için prezervatif kullanmak şeklinde pozitif bir davranış başlatma, alkollü araba kullanmak şeklinde bir negatif davranışı azaltma ya da kanunlarla yasaklanmış yerlerde sigara içilmemesi şeklinde yasalara uyan bir davranışı teşvik etme amacıyla hazırlanıp yayınlanmaktadır (Lannon, 2008; akt. Bilgiç, 2016).

Kamu spotlarının etkisinin artırılması için birden fazla iletişim kanalının aynı zamanda kullanılması, hedef kitlenin geçmiş deneyimleri, önyargıları ve değerleri dikkate alınarak iletişim stratejilerin dikkatli oluşturulması gerekmektedir (Ellazar ve ark. 2009: 4; Sezgin ve Akgöz, 2009: 22; akt. Duğan ve Şahin, 2016). Kamu spotunu hazırlayanların, hangi alanda çalışırsa çalışsın sorun/konuya, hedef kitlenin özelliklerine ve yaratıcı mesaj oluşturmaya dikkat etmelidir (Zalluhoğlu, Karslı, Candemir ve Günay, 2015:476; akt. Duğan ve Şahin, 2016)

Kamu hizmeti yayıncılığı kapsamında değerlendirilebilecek olan kamu spotu “toplumu eğlendiren, eğiten ve yönlendiren kısa süreli görsel-işitsel bir form” olarak tanımlanabilir (Bilis, 2014:347; akt. Göçmen Livberber ve Ayvaz, 2017). RTÜK’e göre ise, “kamu kurum ve kuruluşları ile dernek ve vakıf gibi sivil toplum kuruluşlarınınca hazırlanan veya hazırlatılan ve Üst Kurul tarafından yayınlanmasında kamu yararı olduğuna karar verilen bilgilendirici ve eğitici nitelikteki film ve sesler ile alt bantlarıdır.” Geniş yelpazede bakıldığında, kamu spotlarının daha geniş bir perspektifte medya savunuculuğu parçaları olduğunu söylemek mümkündür. Bu tanımlardan hareketle kamu spotları kamu faydası gütmeye, davranış geliştirme, tutum değiştirme, farkındalık yaratma ve bilgilendirme amacını taşımaktadır (akt. Göçmen Livberber ve Ayvaz, 2017; Sezgin, 2008: 157).

2.3. Kamu Spotların Süresi

Kamu Spotları Yönergesi’nde yer alan tanımda “Kamu spotları film veya ses şeklinde hiçbir şekilde 45 saniyeyi, alt bant şeklinde ise hiçbir şekilde 10 saniyeyi geçemez.” denilmektedir.

3. SOSYAL SORUMLULUK

Sosyal sorumluluk; devlet veya Sivil Toplum Kuruluşları (STK) tarafından hayata geçirilen projeler, gelecek nesiller düşünülerek yapılan veya o döneme ait bir toplumsal sorunu çözmek için geliştirilen projelere denir. Friedman’a (1970) göre sosyal sorumluluk kavramı, hem yasal hem de etik gelenekleri içeren toplumun temel kurallarına uyarken; daha fazla kâr elde etmek için, işletme sahiplerinin veya

paydaşlarının isteklerine uygun olarak işleri idare etmektir. Kurumsal sosyal sorumluluk, şirketlerin daha iyi bir toplum ve daha iyi bir çevre için gönüllü olarak katkıda bulunmasıdır.

Sosyal sorumlulukla ilgili tanımlar incelendiğinde; sosyal sorumluluk kavramını, üretimden tüketime kadar olan bütün aşamalarda yapılan faaliyetler nedeniyle, topluma zararlı etkileri açısından işletmeyi sınırlayan, toplum gönençine katkıda bulunmaya zorlayan ve bunu öngören politikalar, yöntemler ve eylemlerin benimsemesi şeklinde birleştirmek mümkündür (Achenbaum, 1986:15, Boone ve Kurtz, 1992:73; akt. Pelit, Keleş ve Çakır, 2009).

4. İLK YARDIM

İlk yardım; Sağlık Bakanlığı İlk Yardım Yönetmeliği'nde, "herhangi bir kaza veya yaşamı tehlikeye düşüren bir durumda sağlık görevlilerinin tıbbi yardımı sağlanıncaya kadar, hayatın kurtarılması veya durumun daha kötüye gitmesini önleyebilmek amacıyla olay yerinde, tıbbi araç gereç aranmaksızın mevcut araç ve gereçlerle yapılan ilaçsız uygulamalar" şeklinde tanımlanmıştır (İlk Yardım Yönetmeliği, 2015). Kazaları önlemenin en güvenilir yolu ise eğitimidir. Toplumun ilk yardım konusunda eğitilmesinin yararlarını ortaya koyan çalışmalar literatürlerde yer almaktadır (Bayraktar ve Çelik 2000).

İlk yardım ile ilgili yapılan kamu spotu araştırmalarında iki tane kamu spotu çalışmasına ulaşılmıştır. Bunlardan bir tanesi; Sağlık Bakanlığı'nın hazırladığı ve filmin, kalp masajı gereken kişiye ilk yardımın nasıl yapılacağı ile ilgili bilgileri uygulamalı olarak anlatan çalışmadır. Ancak RTÜK, "Her yere düşenin kalbinin durduğu" şeklinde algıya neden olabileceği gerekçesiyle, spot filmini veto etmiştir. İkincisi ise; Türk Kızılay'ı ve TRT işbirliği ile sevilen dizi "Kalk Gidelim" adlı dizide Türk Kızılay'ı Aydın Şubesi İlk Yardım Merkezi eğitmenleri tarafından bilgilendirilen oyuncuların oynadığı, boğazına cisim kaçan bir kişide yapılması gereken (Hemlich manevrasının) anlatıldığı çalışmadır.

Bu iki kamu spotunu incelediğimizde; temel bilgi gerektiren ilk yardım eğitiminde olması gereken olayların anlatılmaya çalışıldığı görülmektedir. İlk yardım eğitimi almamış olsak bile ilk yardımı hızlandıracak kamu spotları hazırlanabilir.

Yapılan araştırmalarda; İlk yardım farkındalıklarına ilişkin görüşler incelendiğinde, en yüksek ortalamanın "Temel Yaşam Desteği (kalp masajı ve suni teneffüs)" hakkında bilgiye sahip olmak, en düşük ortalamanın ise "olay yerinin tanımını yapamamak olduğu bulunmuştur (Tosun, Yüksel, Uçkun ve Demir, 2019).

Haberleri izlediğimizde yaşanan sorunlardan bir tanesi de yardım kuruluşunun geç geldiği ile ilgili şikâyetlerdir. İlk yardım konusunu incelediğimizde; İlk yardımın temel uygulamalarında, koruma, bildirme, kurtarma (KBK) kısmında her hangi bir kaza ya da yaşamı tehlikeye düşüren durumda gerekli yardım kuruluşlarına nasıl haber verileceği, nelere dikkat edileceği anlatılmaktadır. Bu hususta temel ilk yardım bilgisi olmayan bir kişinin de her hangi bir kaza ya da yaşamı tehlikeye düşüren durumda gerekli yardım kuruluşuna nasıl arama yapılacağını bilmesi, yer bildirilir iken kesin yer ve adres bilgilerini olayın olduğu yere yakın bir caddenin ya da çok bilinen bir yerin adını verebilmesi önemlidir. Böylelikle ilgili yardım kuruluşunun hızlı bir şekilde ulaşımı sağlanacaktır. Bu duruma binaen bir kamu spotu çalışması yapılabilir. Ayrıca; bir trafik kazası yaşandığında diğer araçların yaşanan kazayı görebilmek adına yavaşlaması sonucu trafik sıkışıklığının oluşmasının engellenmesi ve trafiğin kontrollü bir şekilde akmasının sağlanması da önemlidir. Bu durumları önlemek adına gerekli tedbirlerin alınarak uygun bir müdahale alanının oluşturulması, olay yeri güvenliğinin sağlanarak trafik sıkışıklığının ortadan kaldırılması ile ikinci bir kaza riskinin en aza indirilmesi ve gelecek olan yardımın hızlı bir şekilde ulaşımının sağlanması ile ilgili bir kamu spotu çalışması da yapılabilir.

İlk yardım ile ilgili örneklemeler, anlatılanlar ile sınırlı kalmayarak artırılabilir. Araç içinde sıkışan veya yerde yatan bir yaralı olduğunda; ikinci bir kazaya sebebiyet verecek durumlar önlenerek, yaşanabilecek bir tehlike veya hasta ya da yaralı bir yerden daha güvenli farklı bir yere taşınması zorunluluğu yok ise asla yerinden kıvıldatılmayacağı ile ilgili kamu spotu yayını hazırlanabilir.

5. ARAŞTIRMA METODU

Çalışma, konuyla ilgili elektronik sayfalarda yayımlanan kamu spotlarının, doküman analizine dayalı olarak incelenmesine dayanan nitel bir araştırmadır. İncelenen elektronik sayfanın 22/05/2017 tarihinde

“Animasyon Filmler Güncelleme” kamu spotunun, 26/03/2019 tarihinde ise “yayında olmayan” kamu spotlarının güncellendiği görülmüştür.

5.1. Bulgular

05 Ekim 2019 tarihinde T.C Sağlık Bakanlığı, Sağlık Geliştirilmesi Genel Müdürlüğü sayfasında “yayında olan” ve “yayında olmayan” kamu spotları incelenmiştir. Kamu spotları menüsünde; “Yayında Olan Kamu Spotları”, “Yayında Olmayan Kamu Spotları” ve “Animasyon Filmler” adları altında 3 başlık yer aldığı görülmüştür.

Elektronik sayfada yer alan bilgiler taranarak yapılan çalışmada 43 adet kamu spotu çalışmasına rastlanmış olup, 5 tanesinin yayında olduğu, 38 tanesinin ise yayınlanma süresinin tamamlandığı görülmüştür.

Bu kamu spotları arasında ilk yardım ile ilgili olanlardan bir tanesi Sağlık Bakanlığı'nın hazırladığı ve kalp masajı gereken kişiye ilk yardımın nasıl yapılacağı ile ilgili bilgileri uygulamalı olarak anlatan ancak RTÜK tarafından “Her yere düşenin kalbinin durduğu” şeklinde algıya neden olabileceği gerekçesiyle veto edilen spot filmidir. İkincisi ise Türk Kızılay'ı ve TRT işbirliği ile sevilen dizi “Kalk Gidelim” adlı dizide Türk Kızılay'ı Aydın Şubesi İlk Yardım Merkezi eğitmenleri tarafından bilgilendirilen oyuncuların oynadığı, boğazına cisim kaçan bir kişide yapılması gereken ilk yardımın anlatıldığı ve ilk yardımın ne kadar önemli olduğunun vurgulanmaya çalışıldığı çalışmadır.

Tablo 1. Yayında Olan Kamu Spotları

Yayın Adı	Yayınlanma Amacı
İyilik Burada Sağlık Burada	Şehir Hastaneleri (Bursa)
Sen de Başarabilirsin	Alkol ve madde bağımlılığı ile mücadele
Sen Benim Kahramanımsın	Sağlık Çalışanlarına
Yeşilay	Yeşilay
Yeşilay Danışmanlık Merkezi (YEDAM)	Yeşilay/YEDAM

Kaynak: (URL-2)

Tablo 2. Yayında Olmayan Kamu Spotları

Yayın Adı	Yayınlanma Amacı
Aile Hekimliği	Kamu Spotu/Aile Hekiminizi taniyin
Akılcı Antibiyotik Kullanımı Kamu Spotu	Kamu Spotu/ Aynı ilacın her zaman kullanılmayacağı doktor kontrolünden sonra reçete ile ilaç verilmesi
e-Nabız Kamu Spotu	Kamu Spotu/ kişisel sağlık bilgilerinin yönetilebileceği sistem
Sevgili Geleceğim (4207)	Kamu Spotu/4207 Sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun
Pasif İçicilik-Duman Kamu Spotu (4207 Sayılı Kanun Kapsamında)	Kamu Spotu/4207 Sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun
Hayatınız Duman Olmasın (4207 Sayılı Kanun Kapsamında)	Kamu Spotu/4207 Sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun
Nargile (4207 Sayılı Kanun Kapsamında)	Kamu Spotu//4207 Sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun
Bir Ömür Verilir Kamu Spotu	Kamu Spotu
Sigarayı Bırak Hayatı Bırakma Kamu Spotu (4207 Sayılı Kanun Kapsamında)	Kamu Spotu/ /4207 Sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun
Yardım Seven Olmak Kanımızda Var Kamu Spotu	Kan Bağışı
Engelli Diş Sağlığı	Kamu Spotu/
Çocuklarda Diyabet Kamu Spotu	Çocuklarda Diyabet
Akıllı Hareketler	Beden Sağlığı/ Ergonomi
Sarı Nokta Kamu Spotu	Sarı Nokta Göz Hastalığı
Ketem Kamu Spotu	Kanserde Erken Teşhis
Seyahat Sağlığı	Yurtdışı Seyahat Sağlığı
Organ Bağışı (DİN)	Din Açısından Organ Bağışı

Tablo 2. Yayında Olmayan Kamu Spotları (Devamı)

Yayın Adı	Yayınlanma Amacı
Yapabilirsin Kamu Spotu	4207 Sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun
Hayat Ver Kamu Spotları	Organ Bağışı
Sağlık Bakanlığı Optik	Kamu Spotu
Sağlık Bakanlığı Obezite Yetişkin	Obeziteyle Mücadele (Yetişkin)
Sağlık Bakanlığı Obezite Çocuk	Obeziteyle Mücadele (Çocuk)
Kızılay Hiç Aklıma Gelmedi	Kan Bağışı
Kene	Kene
Hetader Kamu Spotu	Talesemi Kan Bağışı
Gülbüz Kamu Spotu	Obezite
Atık Yağ Kamu Spotu	Çevre Kirliliği
Geleceğin Kan Bağışçısı Kamu Spotu	Kan Bağışı
Anneler Kamu Spotu	Anne Sağlığı
Anne Sütü Kamu Spotu	Anne Sütü
Soba Zehirlenmeleri Spot Film	Soba Zehirlenmeleri
Kalp Masajı	İlk Yardım
KOAH Kamu Spotu	KOAH
Anneler Tütün Kamu Spotu (4207 Sayılı Kanun Kapsamında)	4207 Sayılı Tütün Mamullerinin Zararlarının Önlenmesine Dair Kanun
Diyabete Göz Yumma Kamu Spotu	Diyabet
Yaşama Yol Ver Kamu Spotu	Ambulans
112 Acili Gereksiz Arama Kamu Spotu	112 hattının meşguliyeti
Sağlıkta şiddet olayları	Sağlıkta Şiddet

Kaynak: (URL-2)

Tablo3. Animasyon Filmler

Yayın adı	Yayınlanma Amacı
Geleceğin Kan Bağışçıları Keloğlan	Kan Bağışı
Geleceğin Kan Bağışçıları Pamuk Prenses	Kan Bağışı
Geleceğin Kan Bağışçıları Deli Dumrul	Kan Bağışı
Geleceğin Kan Bağışçıları Alaaddin	Kan Bağışı

Kaynak: (URL-2)

Yayınlanmış olan ve yayından kalkmış kamu spotlarını incelediğimizde (Tablo 2); ilk yardımı kapsayacak bir kamu spotuna rastlanmıştır. Kalp masajı ile ilgili kamu spotu, “her yere düşenin kalp krizi geçirmeyeceği” yönünde eleştiriler almış ve yayının kaldırılması gündeme gelmiştir. Ancak yapıcı kuruluş ile yapılan anlaşmaya gereği yayınlanma süresi dolana kadar yayında kalmış, süre bitiminde ise yayından kaldırılmıştır.

Dizide yayınlanmış kamu spotlarının yayınlanma sürelerinin 30 sn ile 2,5- 3 dk aralığında olduğu görülmüştür.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

İlk yardımda öncelikli amaç; olası kazaları en aza indirmek, daha sonra ise kazaya uğrayanları sakat kalmaktan ve ölümden kurtarmaya çalışmaktır. Bunun için temel şart eğitimidir. Acil durumlara anında girişimde bulunabilecek her düzeydeki insanın yetiştirilmesi ve toplumun bilgilendirilmesi gerekmektedir (Erkal ve Şafak, 1995).

Kamu spotu ile “ilk yardım” hususu sadece temel ilk yardım eğitimi ve genel olarak insan ile ilgili vücut sistemleri, kanamalar, kırıklar, temel yaşam desteği vb. gibi uygulamalardan oluşmamaktadır. Bunun yanı sıra soğukkanlı davranışta bulunarak çevredeki meraklı izleyenleri uzaklaştırma, iyi bir iletişim becerisi ile ilgili yardım kuruluşuna haber verme, olay yerinin ikinci bir kazaya sebebiyet vermemesi için çevresel güvenliği sağlama gibi önlemlerin de vurgusu yapılarak toplumdaki bilinç düzeyinin artırılması gerekir.

Bu bağlamda kamu spotlarında aşağıdaki uygulamalar önerilebilir;

✓ İlk yardım ile ilgili olarak örneğin trafik kazası yaşandığında trafik akışını devam etmesini sağlamak amacı ile meraklı insanların olay yerinden uzaklaştırılması, kaza alanının önüne ve arkasına sonradan gelenlerin başka bir kazaya sebebiyet vermemesi için gerekli tedbirlerin alınması, böylelikle daha sonra oluşabilecek kazaların da önüne geçilmesi (örnekleme gerekir ise haberlere bakıldığında yardım eden kişilere de yardım esnasında başka bir aracın çarparak kazaya sebep olması) ile ilgili konulara yer verilmelidir.

✓ Kaza ya da olay sonrasında olay yerinin tarifinin nasıl doğru yapılabileceği ile ilgili olarak bir kamu spotu çalışması yapılması (Bir kaza ya da olaydan sonra yayınlanan haberlerde ambulansın zamanında ulaşmadığı ile ilgili yoğun şikâyetler),

✓ Kaza ya da olay sonrasında nasıl olsa biri arar mantığı ile hareket edilmemesi ve gerekli olan yardım kuruluşunun aranması ile ilgili konulara yer verilmelidir.

✓ İzleyici kitlesi fazla olan dizilerde ya da yapımlarda ilk yardımla ilgili çarpıcı gösterimler konularak izleyicilere ulaşmasının sağlanabilirliğinin artırılması sağlanabilir.

Bu örneklemeler ile birlikte yapılacak olan kamu spotları çalışmalarında ilk yardım konusunun teknik tedbirlerin ötesinde daha kapsamlı olarak herkesin bilinçli katılım göstereceği bir acil durum yönetimi olduğu bilinci oluşturulmalıdır. Bu tedbirler ile birlikte;

✓ gerekli yardım kuruluşu aranır iken herhangi birinin aramasının beklenilmemesi

✓ hasta ya da yaralıyı nasıl taşımak gerektiği hususunda bilgiye sahip değilsek müdahale edilmemesi

✓ Kamu spot yayınları ile “İlk Yardım Eğitiminin” yaygınlaştırılması ile kişi öncelikle kendisine ve sonrasında etrafında bulunan kişilere doğru bir müdahale sağlayacaktır. “İlk Yardım Eğitimi” aynı zamanda insanlara yardım etmek isterken nelerin yapılacağını veya nelerin yapılmayacağını öğretmek için her bireyin eğitim almasını gerektiren bir yaşam felsefesi olmalıdır.

Kamuda, kamu spotu çalışmaları yerel boyutlarda da uygulanabilir. Örnek olarak; yerel hastanelerin giriş ve elektronik sayfalarında, yerel okulların, emniyet birimleri ve kamu kurumlarının ana giriş güzergâhlarında, reklam panoları vb. sıklıkla yer aldığı mekanlardakültür oluşumunu artırmaya yönelik faaliyetler yapılabilir.

KAYNAKÇA

ACHENBAUM, A.W. (1986). *Social Security*. London: Cambridge University Press.

BAYRAKTAR, N. ve ÇELİK, S. (2000). Ankara'daki Taksi Şöförlerinin İlk Yardım Konusundaki Bilgi Gereksinimleri. *Sağlık ve Toplum*, 10(2),55-61.

BORZEKOWSKI, D. L. G. and POUSSAINT, A. F. (1998). *Latino American Preschoolers and the Media, Philadelphia: University of Pennsylvania*. Annenberg Public Policy Center.

BİLGİÇ, B. (2016). Türkiye’de Kamu Spotu Oluşum Süreci ve Yayın Politikaları. *İletişim Çalışmaları Dergisi*, 1(2),1-24.

BİLİS, A. E. (12-15 Mayıs 2014). *Kamu Hizmeti Yayıncılığının Yeni Eğilimi Kamu Spotları Üzerine Bir İnceleme*. I. Uluslararası İletişim Bilimi ve Medya Araştırmaları Kongresi Kitabı, s.347-364. Kocaeli.

BOONE, L.E. and KURTZ, D. L. (1992). *Management*. New York: McGraw-Hill.

BÖLÜKBAŞ, N., KAHRAMAN, A., KARAMAN, Y. ve KALAYCI, G. (2007). Ordu İli Kız Meslek Lisesi Çocuk Gelişimi Bölümü Son Sınıf Öğrencilerinin Çocuklara Yönelik İlk Yardım Uygulamaları İle İlgili Bilgi Düzeyleri. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*,10(3),52-59.

DUĞAN, Ö. ve ŞAHİN, E. (2016). Examination of Creating Awareness Level of Organ Donation Public Service Announcements on College Students. *Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*9(4),123-147.

- EGE, R. (1999). *Kaza, Hastalık ve Yaralanmalarda İlk ve Acil Yardım*. 3.Baskı. Türk Hava Kurumu Basımevi, Ankara.
- ELLAZAR, A., HAWKES, J., HEIM, J., KENNEDY, J., VANDEHEY, J., VARG, C. and WATTS, A. (2009). *Youth Public Service Advertising Effectiveness Research, The Ad Council*. Ad Council Available online at: https://mysite.wsu.edu/personal/jason_hawkes/e-portfolio/Work%20Samples%20Library/Final%20Plans%20Book.pdf.
- ERKAL, S, ŞAFAK, Ş. (1995). Ev kazaları. *Actuel Medicine* 3(2),62-65.
- FRIEDMAN, M. (1970). *The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits*. Paris: New York Times Magazin
- GÖÇMEN LIVBERBER, T. ve AYVAZ, S. (2017). Kamu Spotlarının Gösterebilimsel Yöntemle Çözümlemesi: Sağlık Bakanlığı Örneği. *Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Uluslararası Hakemli Dergi*, 5(2),112-128.
- GÜLEÇ, V. (2018). *Sosyal Pazarlama Kampanyalarında Kamu Spotu Kullanımının İncelenmesi: Sigarayı Bırak-Hayatı Bırakma Kampanyası*. Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Aydın Üniversitesi, İstanbul.
- LANNON, J. (ed.) 2008, How Public Service Advertising Works, Word Advertising Research Center, United Kingdom.
- PELİT, E. KELEŞ, Y. ve ÇAKIR, M. (2009) Otel İşletmelerinde Sosyal Sorumluluk Uygulamalarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*,16(2),19-30.
- SAĞLIK BAKANLIĞI [SB] (2015). *Sağlık Bakanlığı İlk Yardım Yönetmeliği* (Resmi Gazete Tarih: 29 07 2015 Sayı: 29429).
- SEZGIN, D. (2008). Haber Medyasında Savunuculuk: Planlama ve Stratejiler. *İletişim Araştırmaları*, 6(2),145-163.
- SEZGIN, M. ve AKGÖZ, E. (2009). *Genel ve Teknik İletişim*. Ankara: Gazi Kitabevi.
- TOSUN, A., YÜKSEL, A., UÇKUN, G. &DEMİR, B. (2019). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin İlk Yardım Farkındalığının Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 6(42), 2869-2874.
- ZALLUHOĞLU, E. A., KARSLI, C., CANDEMİR, A. ve GÜNAY, G. N. (2015). *Sosyal Pazarlama Çerçevesinde Kamu Spotlarının İncelenmesi: Keşifsel Bir Analiz*. 20. Ulusal Pazarlama Kongresi, Anadolu Üniversitesi, Eskişehir.

İnternet Kaynakları

- URL-1 (<https://www.rtuk.gov.tr/spot-filmler/3717/3985/kamu-spotlari-yonergesi.html>) (Erişim tarihi: 08.09.2019)
- URL-2 <https://sggm.saglik.gov.tr/TR,54014/yayinda-olan-kamu-spotlari.html> (Erişim tarihi: 08.09.2019)