



## “Biz dünyanın neresinde bir mazlum varsa elini uzatan bir milletiz”

Son bir yıl içerisinde Türkiye’de iletişim denilince akla ilk gelen isim, şüphesiz ki Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Prof. Dr. Fahrettin Altun’dur... Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile birlikte ihdas edilen Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, yeni sistemin en önde gelen kurumlarından biri oldu. Fahrettin Altun, göreve gelir gelmez birçok sorunla eş zamanlı olarak mücadele etmek zorunda kaldı. Bunların başında Kaşıkçı cinayetini sayabiliriz. Altun, tüm bu devasa sorunlarla mücadele ederken, aynı zamanda yeni sistemi de kurguluyordu. Görevdeki 1 yılını dolduracak olan Fahrettin Altun’a Açık Medeniyet gazetesi olarak gündemdeki birçok önemli soruyu samimiyetle sorduk ve kendisi de samimiyetle cevap verdi.

► 30

## Açık Medeniyet “Dergilik”te...

Gazetemizi Turkcell’in Dergilik uygulamasında da takip edebilirsiniz... Hem de tüm geçmiş sayılarıyla birlikte...



# açık medeniyet



## Post-Hakikat çağında iletişim (Haberleşme mi kontrol mü?)



**Bora Bayraktar**  
Algı değil bilgi

► 7

**Rahim Er**

Endişeye mahal yok!



► 17



**İbrahim Altay**  
15 Temmuz’da yabancı medya kuruluşlarının rolü

► 39



**“Bizim kuşak gazeteciler yanlışlıkla değil bilerek hata yapar”**

Yeni Birlik ve Analiz Gazetesi İmtiyaz Sahibi Avni Özgürel, “Samimi kanaatimi söyleyeyim: 20-25 yaşlarındaki genç bir gazeteci hata yapar. Bu, gerçek bir hatadır. Doğrusunu anlatırsınız düzeltir. Ama ben hata yapmam, bilerek yaparım. Benim tecrübemdeki bir gazeteci hatayı bilerek yapar. Bizimki kasıtlıdır. Bu çok daha kötü bir şey tabii ki... O nedenle bu meslekte yeni kuşağın, bu değerleri kazanıp, bu mesleğin içinde sürülmesi ve belli yerlere gelmesi lazım.” ifadelerini kullandı.

► 20



**“Türkiye, dünyanın en özgürlükçü ülkesi”**

Anadolu Ajansı Genel Müdür Yardımcısı ve Genel Yayın Yönetmeni Metin Mutanoğlu, “Batı dünyasının tüm tezviratına rağmen Türkiye’nin, dünyanın en özgürlükçü ülkesi olduğunu” söyledi.

► 26



**“Haberci olmak, insanlığı ve değerlerini kaybetmek değildir”**

TRT Uluslararası Haber Kanalları Genel Yayın Yönetmeni Serdar Karagöz, “Bizim muhabirimiz Somali’de susuz bir çocuk görürse, önce o çocuğa kendi suyunu verir, sonra hikâyesini yazmaya başlar.” dedi.

► 42

**“Kim ne derse desin; haber denilince hâlâ akla gelen ilk şey gazetedir”**



Sabah Gazetesi Genel Yayın Yönetmen Yardımcısı Metin Yüksel, “Kim ne derse desin; haber denilince hâlâ akla gelen ilk şey gazetedir.” dedi.

► 50

Gazetenizle birlikte Açık Kitap eki ve Hasan Aycın çizgi posteri hediye...



# OSMANLILARDA DEVLET-TEKKE MÜNASEBETLERİ

İRFAN GÜNDÜZ

Başlangıcından günümüze kadar tekkelerin toplum hayatındaki rolü incelendiğinde, bu müesseselerin her şeyden evvel tebliğ ve irşadda ehliyetli elemanlar yetiştiren bir eğitim ve öğretim merkezi olduğu görülür. Cemiyetin icab ve ihtiyaçları, zaman ve zeminin imkânlarına göre yetiştirilen insanların cemiyete istikamet vermedeki ehemmiyeti açık bir gerçektir.

Anadolu Selçukluları ile Osmanlı Devleti'nin içtimaî, idârî, askerî ve ilmî hayatı içerisindeki ehemmiyetli mevkiî hemen herkesçe kabul edilen meşayih ile onların kurduğu tarikat ve tekkelerin nüfuzu konumuz açısından ayrı bir önemi haiz bulunmaktadır. Devletin kuruluş ve yükseliş dönemlerinde tekke ve zâviye demek, aksiyon ruhu ve vazife şuûru ile dopdolu, mesuliyetlerini müdrik toplulukların müşterek bir ideâle kanalize edilerek, el ele, baş başa verdikleri bir tasfiye ve terbiye ocağı demektir.

264 Sayfa · Roman Boy · Karton Kapak



YAKINDA



İBN HALDUN  
ÜNİVERSİTESİ

YAYINLARI

"Fikri Bağımsızlık"

## Sosyal bilimlerde araştırma: Dijital verinin doğası üzerine

MEHMET EMİN BABACAN \*



Modern dönemde insanlığın kadim bilgi kaynakları olan din, inanç ve tecrübe gibi temel unsurlar yerini rasyonel akıl merkezli ve pozitivist zeminde elde edilen bilginin gerçekliğine bırakmıştır. Daha çok doğa ve fen bilimlerinde geliştirilen "bilimsel bilgi" yöntemlerinin zamanla sosyal bilimlerde kullanılması ile insan ve toplum doğasına ilişkin bilginin elde edilmesi süreci de benzer biçimde yapılandırılmıştır.

Söz konusu bu arka plan sosyal bilimlerin son iki yüzyıllık serüveni içerisinde insan ve toplum doğasının ne olduğu, bu doğanın nasıl anlaşılması gerektiği ve bütün bu süreçlere ilişkin yöntemin ne olması gerektiği gibi tartışmalara konu olmuştur.

Bu nedenle insan ve toplum doğasının son derece dinamik, farklı ve çok katmanlı yapısı nedeniyle bilgiyi elde etme yöntemleri ve araştırma süreçleri sosyal bilimlerin en önemli tartışma konularındandır.

Sosyal bilimlerde yöntem tartışmalarının sözü edilen uzunca soy kütüğüne girmek konumuzun sınırları fazlasıyla aşacaktır. Bu nedenle bu kısa yazıda klasik anlamda sosyal bilimlerde araştırma süreçlerinde tercih edilen yöntem, veriyi elde etme biçimleri ve analiz türlerinin değişim serüveni üzerinde durulacaktır. Sosyal bilimlerin hemen her disiplininde çalışanların bileceği gibi araştırma süreçlerinde veri toplama ve sonrasında bilgiye ulaşma çoğunlukla tek tek olgular üzerinden gerçekleştirilir. Başka bir ifade ile insan ve toplum doğasında yerleşik anlam atomize edilerek elde edilir ve sonrasında bütünlüklü bir anlama çabası geliştirilir. Nicel-nitel yöntem fark etmeksizin tercih edilen anket, gözlem, mülakat, odak grup görüşmeleri, doküman inceleme, sayısal veriler, rakamlar, göstergebilim vb. tür ve analiz birimleri araştırmanın nesnesi olan her bir veri unsuruna odaklanarak süreç yürütülürdü. Fakat günümüzde internet merkezli dijital verinin artık bütün disiplinleri ilgilendirmesi ile birlikte söz konusu bu süreç önemli bir değişimi de zorunlu kılmaktadır.

Zira dijital verinin doğası, geleneksel anlamda elde edilmek için çaba gösterilen veriden birçok yönü ile farklılaşmaktadır.

Araştırmalarda geleneksel anlamda kullanılan yöntem ve teknikler dijital veriyi merkeze alan çalışmalarda yer almakla birlikte, günümüzde araştırma tasarımları yöntem açısından bazı değişimlere zorlanmaktadır. Söz konusu değişim alanlarından birisi veriyi elde etme sürecinin zaman ve mekân boyutunun değişmesidir. Örneğin daha önce bir araştırmacı araştırma kapsamında belirlenmiş bir zaman diliminde ve yine belirlenmiş bir mekânda, belirli sayıda insanla görüşerek veriyi elde ederdi. Bu veri kısıtlı bir zaman diliminde belirli başlıklar, sorular ve konular etrafında elde edilirdi. Buna karşılık dijital veri ile birlikte aynı insanlara ilişkin daha uzun süre ve herhangi bir mekân kısıtına uğramadan daha uzun süre veri elde edilebilir oldu. Bir diğer değişim alanı verinin mahiyetinin değişmesidir. Daha önce yürütülen çalışmalarda nicel veya nitel nasıl bir araştırma tasarımı söz konusu ise ona uygun bir veri toplama ve analiz süreci yürütülürdü.



Dijital verinin doğası bu durumu değiştirerek, nicel ve niteli bir arada bulundurarak daha geçişken bir veri alanı oluşturdu. Örneğin bir Twitter kullanıcısının belirli bir zaman dilimi içerisinde kaç adet tweet attığı nicel bir veri iken, hangi tweet'in daha çok etkileşime

(beğenilme, paylaşılma) girdiği mesajın içeriğine bağlı olarak nitel bir değer taşımaktadır. Dijital verinin doğasına ilişkin bir diğer değişim alanı örneklem seçimidir. Örneğin daha önce evreni bütün Türkiye olan bir araştırmada örneklem seçerken bölge, şehir, meslek, eğitim durumu, sosyoekonomik durumlar vb. bazı demografik unsurlar üzerinden tercihler yapılırdı. Dijital veri söz konusu olduğunda, farklı demografik özelliklere sahip insan veya insan grupları aynı teknoloji, aynı kullanım amaçları ve aynı kullanım biçimlerini tercih edebilmektedirler. Söz konusu bu durum araştırmanın örneklemine ilişkin hangi bölgesinde, hangi şehirde olduğunun mahiyetini değiştirmektedir.

Özetle sosyal bilimlerde araştırma süreçleri ve yöntem konusuna ilişkin yerleşik anlayışın dijital veri ile birlikte değişmeye başladığı belirtilmelidir. Araştırma süreçleri, yöntem ve veriye ilişkin söz konusu bu değişimin sosyal bilimlerde yürütülen araştırmalarda görülmesi ve mutlaka bu yeni duruma uygun yöntem ve tekniklerin geliştirilmesi gerekmektedir.

\* İbn Haldun Üniversitesi Medya ve İletişim Bölümü.

## İletişimin "yeni yolu": Cunningham kuramı

Hızla gelişen teknoloji, insanoğlunun sosyolojik yapısını etkilediği gibi iletişim yollarını da değiştiriyor.

Günümüzde sosyal medyanın en büyük yetisi olan linç kampanyaları ilginç bir kuram oluşturdu. Vikipedi'nin kurucusu Ward Cunningham'ın ismi ile anılan Cunningham kuramı, internet üzerinde herhangi bir konuda cevap ararken kullanılması gereken "yeni yolu" konu alıyor.

Bu kurama göre, cevap almak için soru sormanın modası geçti. Artık cevap ya da cevaplara ulaşmak için kasıtlı olarak yanlış yargılar bildirme dönemindeyiz. İnsanların nitelikli sorulara cevap verme konusunda yeterli düzeyde eğilim göstermediğini belirten kuram, egonun (Karşısında bireyin cahilliği üzerinden linç etmek, muhatabının yanlışını yüzüne vurmak, kendisinin de bilgi sahibi olduğunu göstermek vs.) devreye girmesiyle birlikte iletişim etkinliğinin ve hızının pozitif şekilde arttığını öne sürüyor.

### Cunningham kuramına göre doğru yanıt nasıl alınır?

Soru sormak yerine doğruluğuna emin olunmayan cevaplar üzerinden araştırılma yapılması gerektiğini savunan kuramın mantığı basit bir örnekle şu şekilde açıklanabilir:

### Soru: Dünyanın en hızlı arabası hangisi?

Kurama göre, bu soru üzerinden araştırma yapıldığında doğru cevabı almak hem yavaş hem de verimli olmayabilir. Yanlış cevaplara ulaşmak ve bunları teyit etmek meşakkatli olacaktır.

### Yanlış cevap: Dünyanın en hızlı arabası Şahin'dir.

Kurama göre, bu cevap üzerinden araştırma yapıldığında doğru cevaba ulaşmak daha kısa sürecektir. Yanlış bilgi hakkında düzeltmeye hevesli kaynak veya insanlar sayesinde ortak kaniya ve kesin bilgiye ulaşmak daha kolay olacaktır.

Dünyanın en hızlı arabasının Hennessey Venom GT olduğunu bilen bir kaynak ya da kişi, arama yapan kişinin yanlışını yüzüne vurmak ya da bildiğini kanıtlamak adına doğru cevabı iletecektir. Böylece hem zaman kaybedilmemiş hem de bilgi kirliliğinden kurtulunmuş olacak. Yanlış düzelterek insanların vereceği cevabın ortak olması sayesinde ulaşılan yanıtın teyit edilmesine de gerek kalmayacaktır.





## Post-Hakikat çağında iletişim (Haberleşme mi kontrol mü?)



Hakkı Öcal \*

**P**ost-Ne? Elinizdeki kalem gerçektir, şüphesiz. Peki, savaşın veya barışın ya da mesela "haberleşme" kavramının hakikati nedir? Burada "gerçek" İngilizce "real"; "hakikat" ise "truth" kelimesinin karşılığıdır. Sözlüklerde çok irdelemeden bu iki kelime, birbirinin yerine kullanılabilir olarak kaydedilir. Oysa "reality" yerine "truth" kullanmazsınız. En azından ofisinizin karşısında bir felsefe profesörü oturuyorsa!

Felsefecilerin modernizm sonrası "Anything goes" (her şey olabilir) çağında "Hiç bir şeyin hakikati yoktur; varsa da bilinemez" diyenlere taktığı isim, "post-hakikat" olması gerekirken; dilimize "post-gerçek" öyle bir yerleşti ki, "post-hakikat" insana gerçek-ötesi gibi geliyor.

Konumuza gelirsek; önce söz vardı, söylevler ve vaazlar verilirdi. Sonra yazı icat oldu ve Sezar Acta Diurna'yı yayımlamaya başladı. Gutenberg, hareketli harfleri; Aldus Manutius, baskı sistemlerini icat ettiler. Horace Greeley, New York Tribune'na başmakale yazmaya başladı. Sonra fotoğraf icat oldu; bazı insanlar sırf resimlerine bakmak için gazete-dergi satın alma yöntemini keşfetti. Sonra videoyu icat ettik ve hep birlikte resimlere bakmaya başladık. Derken ABD Başkan Yardımcısı Al Gore İnternet'i icat etti; gazeteleri ve televizyonu tümünden terk ettik, YouTube'da video izler olduk. Suriyeli bir genç, bir zamanlar

binlerce dolara satılan televizyon kameralarını cep telefonlarına yerleştirdi, bu kez hepimiz video tüketicisi olmaktan çıkıp, "yurttaş gazeteci" sınıfına terfi ettik.

Bu gelişmeler kadar iletişim süreçlerini, yapılarını ve işlevlerini anlama çabaları da değişti. 1960'larda "Dört Basın Teorisi" vardı. Fred Seibert ve iki arkadaşının 150 sayfalık kitabı ile Yetkeci, Serbest, Sosyal Sorumluluk ve Sovyet Komünist basınını anlamıştık. Şimdi, herhangi bir yüksek lisans tezinin arkasında en az 150 teorik çalışmanın listesini bulabilirsiniz. İletişimin artık psikolojisi, sosyolojisi, ekonomisi ve semiyolojisi var. Artık dilin, kültürün ve hatta uygarlıkların iletişimden yola çıktığını biliyoruz. Her şeyi "overrated" (şişirilmiş, abartılmış, fazla değer verilmiş) bulan bir kuşağa sahip olduğumuz bu çağda, iletişimi de gereğinden daha yüksek bir değerde görenler olacaktır. Elbette, insanlar arasında empati (duygudaşlık; bir başkasının duygularını, içinde bulunduğu durum veya davranışlarındaki motivasyonu anlama) çabası iletişim gerektirir ve psikoloji ilminin iletişimi incelememesi düşünülemezdi. Kültür, insanların kendilerine ulaşan mesajlara yaptıkları yorumların birikimi ise sosyoloji ilminin, iletişim boyutu olmaması mümkün değildir. "Masa" kelimesini duyan ilk insanın, masaya neden masa denildiğini düşünmemesi mümkün değildi ve semiyotik, elbette anlamlardan anlam çıkartmak zorundaydı. Edebiyat ve hukukun bir ilim disiplini olarak neyi nasıl söylediğimize ve söylememiz gerektiğine bakmaması düşünülemezdi.

Özetlersek; araştırma konusu iletişime çıkmayan ve ana aksiyomunda iletişimin işlevlerine veya yapılarına yer vermeyen bir bilim dalı bulunmadığı ve kendisi Platon'dan (MÖ 427-347) Hobbes'a (1588-1679) bağımsız kuram konusu edilmiş olmasına rağmen, hiç kimse, ne uygulamacı ne bilim insanı, hiçbir araştırmacı, fütürist veya falcı kitle iletişiminin son yarım yüzyılda geçirdiği değişikliği tahmin edemezdi, etmedi. Bu değişimin içinde yaşamamıza, araştırma yöntemlerinde insanlığın ulaştığı yeni becerilere rağmen, bugün hiç kimse bundan 50 yıl sonra nasıl bir iletişim ortamında bulunacağımızı tahmin edemiyor. Bu, söz gelimi dünya ekonomisinde olacakları kestirememek gibi değil. Ekonomi, bilim olarak insanlığın sonuna kadar ortaya çıkabilecek modelleri belirlemiş, adeta taş kazımış. Hukuk da öyle... Hemen hemen diğer bilimler ve disiplinler de aksiyomları var. Becerikli bir gözlemci, bu modellerden birini çekip, gözlüğüne yerleştirip, ne olduğunu ve olacağını anlayabilir ve bize de anlatabilir.

İletişim araştırmalarında da ortada hemen her durumu anlamaya yarayan yöntemlerimiz vardı. "Vardı" çünkü bu yöntemler, yeni iletişim mode'larını, biçimlerini, felsefelerini, usul, tarz ve şekillerini anlamamıza yarasa bile gelişmenin yönünü kestirmemize yaramıyor.

İletişim fakülteleri, her gün yeni bir bileşim, gramer, makam, doruk değeri ve sıklık dağılımı belirliyor ve bunun nasıl öğretileceğini araştırıyor. Herhangi bir ülkenin adı "Silikon" olan veya olmayan bir vadisinde bir bilişim teknolojisi firmasında, kendi yöneticileri ile dahi sağlıklı iletişim kurabildiğinden kuşku duyabileceğiniz bir genç insan, ya olmayan bir teknoloji icat ediyor ya da mevcut bir teknolojiyi bu ana kadar düşünülmemiş bir uygulama içinde kullanmayı düşünüyor. Diyelim ki bu genç, navigasyon (ulaşımı, gidip-gelmeyi, seyrüseferi düzenleme) programı açık olmasa bile cep telefonunun herhangi bir anda nerede bulunduğuna ilişkin bu bilgiye sürekli erişimi olduğunu düşünüyor; bu bilginin cep telefonu kullanıcısının bir olağanüstü zaruret hâlinde (örneğin bir doğal afet sırasında veya sonrasında) kurtarılmasına yarayabileceğini düşünüyor. Ama bu düşünce orada durmuyor ve bir anda internet sitelerine kullanıcıya göre özelleştirilmiş içerik ve reklam sunan firmalara satılıyor. Sonuç, milyar dolarlık yeni bir içerik ve reklam piyasasının doğması oluyor.

Bu kişiselleştirilmiş içeriğe dayanan iletişim, ona maruz kalanlarda nasıl bir etki yapıyor? Psikoloji ve sosyolojinin iletişim boyutuna bakan bilim insanları (iletişim psikolojisi ve iletişim sosyolojisi araştırmacıları) ana-akım araştırma yöntemlerinin anlamlı sayacağı bir veri birikimi oluşmadığı için sağlıklı, tekrar edilebilir sonuçlara ulaşamayacağını söylüyorlar. Ancak insanlığın artık beklemeye tahammülü yok. 15 Mart 2019 günü Yeni Zelanda'nın Christchurch kentindeki cami baskını sırasında saldırgan, kafasına bir video kamera takmış ve 50'den fazla kadın-çocuk ve erkeğin can verdiği bu hunharca katliam, anında, sosyal ağlarda (YouTube, Facebook ve kökten-dinci radikal Hristiyanların kullandığı platformlarda) yayımlandı. Bu iletişimin etkisini, niteliği ve niceliği ile bilmemiz gerekir ki, kamusal siyaset uygulayıcılarının atması gereken adımları belirleyebilelim. Hangi noktada bu tür yayınların kesilmesi, geleneksel medya araştırmalarında "iletişim özgürlüğü" denen kavramı ihlal eder? Bu kararı kim verecektir? Bu kararı vermenin veya vermemenin hukuksal sorumluluğu nedir ve kime aittir?

Teknolojilerdeki gelişmenin sonuçları itibarıyla daima disruptive (yıkıcı, bozucu, tahripkâr, kanışıklık-kargaşalık yaratıcı, sekteye uğratici) olduğu öne sürülür.



**İletişim araştırmalarında da ortada hemen her durumu anlamaya yarayan yöntemlerimiz vardı. "Vardı" çünkü bu yöntemler, yeni iletişim mode'larını, biçimlerini, felsefelerini, usul, tarz ve şekillerini anlamamıza yarasa bile gelişmenin yönünü kestirmemize yaramıyor.**

Nitekim Açık Medeniyet Gazetesi, geçen ayki (Haziran 2019) ana dosya konusunu özetlerken, ulusların içinde ve aralarındaki ilişkilerin sergilediği süratli değişimin, diplomasi alanında bildiğimiz her şeyi unutmamız ve öğrenmeye yeniden başlamamız gerektiği sonucuna varıyor ve bunu "Bildiğiniz dünya düzenini unutun!" manşetiyle ifade ediyordu. Aynı haberci mantığı, bu sayıda size sunduğumuz araştırma, makale ve haberlerin de ana temasını oluşturuyor:

**"Bildiğiniz iletişim düzenini unutun!"**

Bu çağrının bilimsel temellerini kısaca özetleyelim. Ancak özete geçmeden önce, modern psikolojik tedavinin temelini oluşturan analiz ve yorum yöntemlerinin babası sayılan Sigmund Freud'un asistanı Carl Gustav Jung'a atfedilen bir ifadeyi aktaralım: İletişim psikolojisinin temellerini atan Jung, ferdî-enformel iletişimde, kaynağın mesajını hedefin neyi nasıl anlayacağına dair algısına göre kodladığını, başka bir ifade ile ben deneyimlerine dayanarak A dersem karşımdaki şahsın B anlayacağını, ancak C demem hâlinde A anlayacağını düşünerek, A demek istediğimde ağzımdan C ifadesinin çıktığını; hedef kişinin ise beni, kendi deneyimlerine dayanarak onun C dediğinde A anladığını bildiğimi tahmin ederek, bu sebeple C dediğimi düşünerek dinlediğini ve beni doğru anladığını belirtiyor. Jung, bu iki birbirinden bağımsız şifreleme ve şifre çözme işleminin bütün karışıklığına rağmen başarıyla sürdüğünü, bunun bir mucize olduğunu söylüyor.

Nitekim iletişim denen mucize, sosyal medyanın da katılmasıyla her gün biraz daha karmaşık hâle geliyor. Geleneksel medya (gazete, dergi ve radyo) ürünleri büyük ölçüde birbirinden bağımsız iken televizyonun katılmasıyla ilk üç medya, birbiriyle birleşmeye (kavuşmaya) başladı. Bu yaklaşma (convergence), ortaya "convergence journalism" (yakınsama gazeteciliği) denen kavramı çıkarttı. Bu gelişmenin bir diğer boyutu, bireyleri toplum üyesi hâline getiren her türlü sosyal



**İletişimin artık psikolojisi, sosyolojisi, ekonomisi ve semiyolojisi var. Artık dilin, kültürün ve hatta uygarlıkların iletişimden yola çıktığını biliyoruz. Her şeyi "overrated" (şişirilmiş, abartılmış, fazla değer verilmiş) bulan bir kuşağa sahip olduğumuz bu çağda, iletişimi de gereğinden daha yüksek bir değerde görenler olacaktır.**





**Nitekim iletişim denen mucize, sosyal medyanın da katılmasıyla her gün biraz daha karmaşık hâle geliyor. Geleneksel medya (gazete, dergi ve radyo) ürünleri büyük ölçüde birbirinden bağımsız iken televizyonun katılmasıyla ilk üç medya, birbiriyle birleşmeye (kavuşmaya) başladı. Bu yakınlaşma (convergence), ortaya “convergence journalism” (yakınsama gazeteciliği) denen kavramı çıkarttı.**

leştirme fonksiyonunun medyada buluşması yani toplumsal yapıların “medyatikleşmesi” olmaktadır. İbn Haldun Üniversitesi Medya ve İletişim Bölümünden Ali Kıvrak, sayısal çağın püf noktasını oluşturan bu gelişmeyi, “Medyatikleşme çağında politika, kültür ve toplum” başlığıyla irdeliyor (sayfa: 10).

Bu yeni süreçler ortaya yeni gazetecilik türleri çıkartıyor; ancak bilim henüz bu yeni süreçlerin etkisini araştırmakta yeterli etkinliğe sahip değil; çünkü geleneksel medyanın etkilerini araştırmakta adeta kemikleşmiş yöntemler ve teknikler bulunmasına rağmen bilim dünyası henüz yeni medya için yeni yöntem arayışını tamamlayabilmiş değil. İbn Haldun Üniversitesi Medya ve İletişim Bölüm Başkanı Mehmet Emin Babacan, bu metot arayışına, “Sosyal bilimlerde araştırma: Dijital verinin doğası üzerine” başlığıyla ışık tutuyor (sayfa: 3).

Yeni gazetecilik türlerinin etkisini tam olarak anlayamadığımız gibi, bilinen gazetecilik ahlakından uzak bu yeni dünyanın tüketicisi olarak okuduğumuz, dinlediğimiz, seyrettiğimiz şeyin doğruluğundan bile emin değiliz. Geleneksel medyadaki usta-çırak ilişkisi yöntemiyle eleman yetiştirmenin yerini, formal eğitim kurumları (gazetecilik okulları, iletişim fakülteleri, sinemacılık, reklamcılık ve kurumsal ilişkiler/public relations okulları, video düzenleme kursları, ses kayıt teknikleri eğitim merkezleri) alıyor. Ne var ki yeni medyada üretim ve tüketim adeta ışık hızıyla sürdüğü için, iletişimin muhatabı, bunu kendisine sunanın ne kadar geleneksel medya ahlakıyla bağlı olduğunu bilmiyor; bilemiyor. Ancak yeni medya teknikleri yeni ahlakı da beraberinde getiriyor. Bir yandan yeni medyada ahlakın kalmadığından yakınıyoruz (“fake news” olgusu) bir yandan da yalan haberi yaka-

lama teknikleri geliyor. İbn Haldun Üniversitesi Medya ve İletişim Bölümünden Osman Doğan, bu gelişmenin kilit öğelerinden birisi olan “teyit” işlemlerine ve süreçlerine, “İleri teknolojiye güvenilir habere erişememek” başlığıyla baktı (sayfa: 52).

Bu analizlerin yanında; Bora Bayraktar “Algı değil bilgi”, Ergün Yıldırım “Medyanın güçle imtihanı”, Okan Sarıkaya “Manipüle ediyoruz”, Rahim Er “Endişeye mahal yok!”, İsa Tatlıcan “İnternet haberciliğini bekleyen tehlike”, Mehmet Yücel Türksezer “Günümüz iletişim araçları bizden neleri götürdü?”, Muhammed Akaydın “Muhabbet baki...”, Fuat Kozluklu “Tarihe tanıklık mesleğidir gazetecilik”, Ersin Çelik “Gazetesiz haber, kanalsız özel yayın!”, Abdulhamit Güler “Demo ileti, demo kişi ve demokrasi!”, Mahmut Arslan “Reklamların ahlaklığı üzerine” ve Adnan Karakaş “Tarafsızlık mı adalet mi?” yazılarıyla kapak dosyamıza katkıda bulundu.

Yüzyılımız, kitleli iletişimin yaygınlaştığı yıllarla başladı. Matbaa kurmakta ki kolaylık ve telgraf, yerel iletişimi ulusal boyuta taşıdı. Kısa bir yüzyılda ulaşılan bu tablo, fotoğraf çekmeyi ve film çevirmeyi adeta çocuk oyunu hâline getiren buluşlar ve telli telgraf ve telefonun yerini telsizle bırakmasını sağlayan radyo teknolojisi, 10 kuruşluk transistörle gelişen alıcı radyoların dağ tepe demeden ülkeleri kaplaması, yerel iletişimi bir anda ulusal iletişim hâline çevirdi. Bu süreci tamamlayan, insanların birkaç aylık tasarrufla edinebilecekleri televizyonlara sahip olması oldu. Bir zamanlar büyük kentlerin seçkin halkına mahsus olan iletişim, böylece gerçekten kitlelere yayıldı. Bu ikinci aşama birincisine oranla daha hızlıydı; ancak yine de 50 yıla yayıldı.

Bilgisayar, internet tabanlı iletişim ve arzu ettiğiniz yerde ve zamanda kitle iletişimine erişme imkânı vermeye başlayınca, kitle iletişimi hızla bireysel iletişim hâline dönüştü. İletişimin kitleliliği inanılmaz bir süratle bireyselliğe dönüştü.

Şimdi dördüncü aşamaya doğru adeta yuvarlanıyoruz. Ancak bundan önceki üç aşamada nereden nereye gittiğimiz belli idi; çünkü elimizde medya araştırmaları isimli bir iskandil, fener ve yol haritası vardı.

Şimdi bir yandan artık işe yaramayan, eski yön gösteren cihazların yerine yenilerini icat etmeye çalışıyoruz; bir yandan da yol alıyoruz. Bir yanda gittikçe güçlenen bir dördüncü kuvvet medya var; bir yanda bunu her türlü manipülasyona açık hâle getiren yeni teknikler.

Bu durumun ortaya çıkarttığı sorulara bu sayımızda cevap arayacağız.

\* İbn Haldun Üniversitesi Rektör Danışmanı ve Medya ve İletişim Bölüm Başkanı.

## Algı değil bilgi

BORA BAYRAKTAR \*



Habercilik ciddi ve pahalı bir iştir. İki satır doğru bilgi ya da bir kare önemli fotoğraf için bazen binlerce dolar harcanır. Özellikle günümüz koşullarında bunun finansal bir karşılığı yoktur. Eğlence dünyasında olduğundan farklı olarak yapılan haber karşılığında büyük paralar, gelirler elde edilemez. Kazanılan, itibar ve söylediğiniz sözün değeridir.

Gazete ve televizyonların reklam gelirlerinin tüm dünyada düşmesi çoğu zaman habercilik harcamalarının karşılanmasını güçleştiriyor. Ama gelişen teknolojik imkânlar, dijital platformlar haber maliyetini de azaltıyor.

Malî sıkıntılara rağmen bugün dünyada haber ve haberciliğe yatırımın giderek arttığını görüyoruz. Doğru bilgi, doğru yorum ve söylem üstünlüğü stratejik bir öneme sahip. Bugün bu durum giderek belirgin hâle geliyor. Rusya ve Çin, Batı'nın bir aşırıdır süren söylem tekeli kırılmak için bugün büyük yatırımlar yapıyor. Haber ajansları kuruluyor, farklı yönlerde farklı açılardan bakan kameralar, muhabirler ortaya çıkıyor.

Rusya, bir süredir başta İngilizce olmak üzere pek çok dilde yayınlar yapıyor, internet siteleri ve radyo aracılığıyla ilgilendiği alanlarda bir dip dalga oluşturmaya çalışıyor. Bu yayınlarında çoğu zaman belirgin bir siyasî tavır almak yerine bulunduğu ülkelerdeki tartışmaları derinleştiren ve keskinleştiren bir tavır izliyor. Çin de küresel anlamda büyük medya yatırımları yapıyor. Bölgesel düzeyde de İran, Körfez ülkeleri ve Türkiye kendi söylemlerini uluslararası haber piyasasına aktarabilmek için farklı dillerde yayınlara yönelmiş durumda. Söylemin gücü, özellikle Soğuk Savaş sonrası Orta ve Doğu Avrupa'da, Balkanlar'da ve Arap isyanları sırasında Kuzey Afrika ve Orta Doğu'da net bir şekilde görülmüş oldu. Toplumsal hareketler siyasete yön veriyor, rejimleri değiştirebiliyor. Demokratik düzende siyasî akımlar arasındaki söylem savaşı sonucu belirliyor. Bu nedenle insanların mobilize edilmesi ve belli adımlar öncesi rızalarının kazanılması büyük önem taşıyor. Bunun yolu da

medyada söz sahibi olmaktan geçiyor. Irak Savaşı öncesi Amerikan Başkanı George W. Bush'un işaret ettiği insanların zihinlerinin ve kalplerinin kazanılması stratejik bir hedef olarak öne çıkıyor.

Söylem ve enformasyon savaşında son dönemdeki eğilim, insanların aklından çok duygularına ve algılarına hitap edilmesi... İnsanlar, doğru bilgilendirilmeye değil yönlendirmeye açık hâle getirilmeye çalışılıyor. Algılara oynanıyor. Ticarî açıdan algoritmalar üzerinden çalışan, reklam yapan Google, Facebook, Twitter ve benzeri sosyal medya platformları, aynı şekilde algoritmalar üzerinden insanların siyasî fikirlerini ve tutumlarını da etkiliyor, belirliyor, derinleştiriyor.

Üretilmiş yalan haberlerin yayılması, sözüne değer verilen, uzlaştırmacı karakterlerin karalanması, karakter ve itibar suikastları, doğru ve sağduyulu zeminin yok edilmesi bu şekilde gerçekleşiyor.

Bu nedenle özellikle geleneksel medya, ana akım televizyon ve gazeteler ile merkez medya ateş altına alınmış durumda. Ucuz sözde haber siteleri, sosyal medya hesapları, trolleşmiş medya mensupları bilerek ya da bilmeyerek, kasıtlı ya da kasıtsız, bazen kişisel kaygılarla bazen şöret arayışı ile ana

eksenli jeopolitik kavganın tam ortasında bulunan, atacağı adımlar ve tercihlerle kazanılabilecek olan ülkelerden biri olan Türkiye'nin bu açıdan yakın markaja alınması şaşırtıcı değil.

Bu kadar pahalı ve zahmetli bir sektörde, üstelik daralan reklam piyasası dolayısıyla kârlılığın giderek düştüğü Türkiye piyasasının cazip görülmesi bu yüzdendir. Yaşama şansı çok zor olmasına rağmen Türkiye'de üst üste birbirinin kopyası haber kanalları açılması, yabancı medya kuruluşlarının güçlerini birleştirerek ortak operasyonlara girişmesi dikkate değerdir. Bunlar yapılırken troller üzerinden ana akım medyanın sürekli hedef alınması, itibarının zedelenmesi bu alan açma çabalarının bir parçasıdır.

### Peki, bu ortamda yapılması gereken nedir?

Hiç kuşkusuz gazetelerin ve gazetecinin tek sermayesi inandırıcılığıdır. Bunun korunması gerekmektedir. Burada herkesin üzerine düşen sorumluluklar var.

Öncelikle bireyler doğru bilgiye ulaşmak, yönlendirmelere kendini kapatmak ve önem verdiği meseleler konusunda gerçekten bilgi sahibi olmak zorundadır. Bunun yolu, sosyal medya ve internetteki sorumsuz siteler değil kitaplar ve ciddi çalışmalardır.

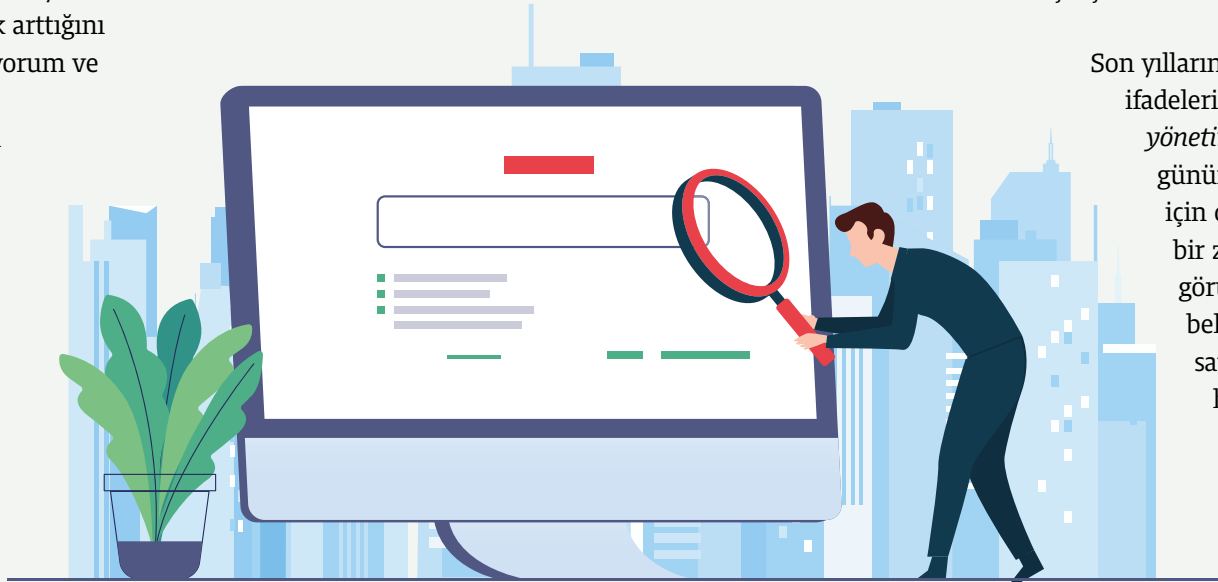
Son yılların en çok kullanılan ifadelerinden biri, "algı yönetimidir". Ne yazık ki günümüzde bilgi sahibi olmak için okumak, araştırmak bir zaman kaybı olarak görülüyor. Doğruluğu belirgin olmayan birkaç satırlık bilgi ile insanlar hayatî konular üzerinde fikir sahibi olmakta, bunun üzerinden siyasî tercihler yapar hâle gelmektedir.

İkincisi ve devletin üzerine düşen; yalan

haber üretimini engellemek, haber çalınmasını sonlandırmak, telif haklarının korunması konusunda yasal düzenlemeler ve takip yaparak büyük bütçelerle çalışan, üreten haber kaynaklarını haber hırsızlıklarından korumaktır. Ayrıca isimsiz hesaplar üzerinden itibar ve karakter suikastı yapan kurum ve kuruluşlara yaptırımlar getirilmesi, sadece dedikodu üzerinden yürüyen bu tür platformların sorumluluklarını üstlenmesi büyük önem taşımaktadır.

Demokratik bir medya ortamının yaşatılması, ana akımın, merkez medyanın korunması ve güçlendirilmesi yurt içi ve yurt dışından yapılacak medya operasyonlarına karşı en güçlü panzehir olacaktır.

\* CNN Türk Genel Müdürü.



akımı sarsarak, yok ederek manipülasyonlara alan açmaya çalışıyor.

Bu alanlardaki yasal boşluklardan yararlanarak, yalan haber üretmenin, sorumluluk üstlenmeden itibar ve karakter suikastı yapmanın bir bedeli olmamasından cesaret alarak, belli çıkar odaklarından fonlanarak zaman zaman yıkıcı eylemlerin içinde yer alıyorlar.

Çoğu zaman doğrular, yalan ve yanlışların arasında yitip gidiyor. Binbir güçlük içinde habercilik yapan gazetecilerin sesi; trollerin, propaganda unsurlarının gürültüsü arasında duyulmuyor.

Görünüşe göre Türkiye ve Türk toplumu, bu alanda kalbi ve zihni kazanılması açısından en önemli hedeflerden biri hâline geldi. ABD, Rusya ve Çin

# Önce duman vardı, şimdi internet: İletişim tarihine kısa bir bakış



İnsanlar, tarih boyunca birbirleri ile haberleşmek için birçok yöntem geliştirdi ve kullandı. İlk insanlar, birbirlerine yüksek sesle, bağırarak ulaştılar. Yeni formüller, icatlar ve teknoloji sayesinde, bağırarak seslenme ile başlayan iletişim, teknoloji çağında yani bugün, bir "tık" mesafesine indi. Böylece dumandan başlayan ve davul, güvercin, telgraf, matbaa, telefon ve internet ile devam eden bir iletişim tarihi oluştu.

İletişim, insanoğlunun zorunlu ihtiyacı. Geçmişten günümüze insanlar, çeşitli yollar kullanarak haberleşmeye çalıştılar. Teknolojinin de gelişmesiyle, insanoğlu iletişimi kolaylaştırmak adına yeni yollar buldu kendine.

İnsanlığın ilk çağlarında iletişim adına yalnızca ses vardı. İnsanlar, birbirlerine yalnızca seslenerek haberleşebiliyorlardı. Bu nedenle konuşma, iletişim ve haberleşmenin başlangıcı oldu.

Devirler değişim gösterdikçe, iletişimin de farklı yolları ortaya çıkmaya başladı. "Bağırarak" haberleşme yöntemi mesafe olarak çok kısıtlı kaldığından, insanlar haberleşmeyi daha uzak mesafelere taşımamanın yollarını aradı. Ses çıkarmanın başka yollarını keşfetmeye başlayan insanoğlu; davullarla, daha uzak mesafeye haber göndermeyi fark etti önce. Sonrasında daha da uzağa, uzak tepelere haber ulaştırmak için ateş ve dumanın kullanılması süreci başladı. Ateş ve dumanla haberleşmenin keşfi, bu anlamdaki ilk gelişim basamağı olarak kabul edilebilir.

## Görsellik devrede

Antik çağlarda insanlar, iletişim adına yeni yollar keşfetmeyi sürdürdüler. Bu anlamda, görsellik

devreye girdi. İnsanlar, anlatmak istediklerini duvarlara çizdikleri figürlerle aktarmaya başladılar. Mezopotamya'da çivi yazısı kullanılırken, MÖ 3000'e doğru gelindiğinde, dönemin büyük medeniyeti Antik Mısır'da hiyeroglifler kullanılmaya başlandı. Bugün Mısır'da piramitleri ve tapınakları ziyaret ettiğinizde o izleri görebilmeniz mümkün.

Yazıyla haberleşmenin gelişimi, tarihin en önemli olaylarından birinin meydana gelmesine sebep oldu ve matbaa icat edildi. Matbaa, MS 1045'te Çin'de ortaya çıktı. İlk denemeler porselenden harflerle yapıldı. Süreç, Gutenberg'in matbaa makinesini icadıyla yeni bir boyut kazandı.

## Yeni buluşlar

İnsanoğlunun ses, ateş, duman ve çivi yazısından sonra iletişim alanındaki en önemli buluşu belki de telgraf oldu.

Fransız Claude Chappe, 1793 yılında uzak mesafelerle haberleşmeyi sağlayan bir cihaz geliştirdi ve adına telgraf dedi. Elektriğin icadı ve yaygınlaşması ile birlikte, ilk "elektrikli telgraf" 1837'de kullanıldı.

1843 yılında ise Amerikalı bir ressam olan Samuel Morse, günümüzde hâlâ geçerliliğini koruyan Mors alfabesini insanlığın kullanımına sundu.

1876 yılı, iletişim/haberleşme adına en ciddi adımlardan birinin atıldığı bir yıl olarak tarihe geçti. Alexander Graham Bell, elektrik telleri üzerinden ilk kez bir ses iletmeyi başardı ve bu icadına "telephone" adını verdi. Telgraf, kablo ile bilgileri yazılı olarak bir yerden bir yere iletebilirken; telefonun, kablo

ile direkt sesi iletebiliyor olması insanları oldukça etkiledi ve Amerika sokaklarını telefon direkleri ve kabloları sarmaya başladı. İlk telefon ile ortaya çıkan santral sorunu görevli memurlar ile giderilmeye başlandı. Merkez santrale bağlanan insanlar santral memurları ile konuştu ve memurlar iki hattı kablo ile birbirine bağlayarak haberleşme gerçekleştirdiler.

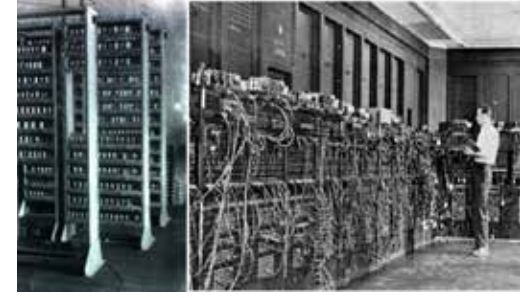
Santralsız telefon dönemini ise Stowger adında, cenaze malzemesi satışı yapan bir tüccar başlattı. Bir başka cenaze malzemesi satan bir adamın eşi, santral şirketinde çalıştığından dolayı Stowger müşterilerini kaptırıyordu. Bu duruma çare arayan Stowger, çözümü santralsız telefon icat etmekte buldu.

Takvimler 1894 yılını gösterirken, Fransız Lumiere Kardeşler, ilk sinema makinesini icat ettiler. Böylece herhangi bir görüntünün kayıt edilmesi, arşivlenmesi ve yeniden gösterilmesi mümkün hâle geldi.

1900'lü yılların hemen başında, Kanadalı Reginald Fessenden, radyo aracılığı ile ses iletimi sağlayan ilk kişi oldu. İlerleyen yıllarda telefon ve radyo çoğu evde yerini almaya başladı ve iletişim çok daha yaygın hâle geldi.

1922'de Alman Arthur Korn, elektrik telleri aracılığı ile görüntü/fotoğraf gönderebilen ilk faks makinesini icat etti.

1926 yılında İskoç bilim adamı John Logie Baird'den, iletişime yepyeni bir yön verecek bir buluş geldi. Görüntüyü, radyo dalgaları kullanarak çok uzaklara bile gönderebilen televizyon, artık iletişim alanında çağ atlatıyordu.



### Bilgisayar çağı açılıyor

1946 yılına gelindiğinde, Amerikalı J. Presper Eckert ve John Mauchly askerî amaçlara hizmet etmesi planlanan yeni bir cihazı ortaya çıkardılar; ENIAC. Bu, elektrikle çalışan ve elektronik veri işleme kapasitesine sahip, bilinen ilk bilgisayar oldu. ENIAC, 30 ton ağırlığında, 4 apartman dairesi büyüklüğündeydi ve içinde 18.000 elektronik tüp bulunuyordu.

ABD'nin teknoloji alanında gösterdiği gelişim, parmak ucunu uzaya kadar uzatmaya başladı ve ABD 1962 yılında, tarihin ilk iletişim uydusu olan TELSTAR'ı fırlattı. TELSTAR'ın yörüngedeki yerini almasıyla, kıtalararası iletişim mümkün hâle geldi.

70'li yılların ortalarında, yine ABD'de üniversiteler arasında bilgi transferi sağlama amacı ile ARPA adında bir haberleşme sistemi geliştirildi. Bu sistem sayesinde, aynı şehirdeki bilgisayarların birbirlerine bağlanabilmeleri mümkün oldu.

1981'de IBM, ilk kişisel bilgisayarı (PC) üreterek devrim niteliğinde bir adım attı.

1985'te, ARPA adıyla ortaya çıkan sistemin ismi, "bilgi otobanı" anlamına gelen internet olarak değiştirildi.

1990, teknoloji ve iletişim çağının bir başka "dönüm noktasına" ev sahipliği yaptı. Yaşadığımız çağın belki de en önemli yapı taşı olan World Wide Web yani WWW sistemi doğdu.

### Akıllı telefonlara uzanan dönem

İletişim tarihinde kısa bir gezinti yaparken, telefonun geçirdiği değişikliklere daha yakından bakmak gerekli. Bell'in geliştirdiği telefonun hemen ardından ilk ahizeli telefon piyasaya sürüldü. Ahizeli



telefonun en büyük özelliği ise dinleme ve konuşma için iki ayrı mekanizmanın bulunmasıydı.

Radyo dalgaları kullanılarak iletişim sağlayan cihazın adı ise telsiz oldu. Daha sonra telsiz sistemi kullanılarak ilk telsiz telefon üretilerek satışa sunuldu. Tüm bu gelişmeler sırasında ise Amerika ve İngiltere arasında ilk telefon hattı döşendi ve ilk okyanus ötesi telefon görüşmesi yapıldı. Santral sisteminin her geçen gün otonom hâle gelmeye başladığı dönemlerde çevirmeli telefon ağlarının da sonu gelmeye başladı. İşte bu dönemler tam da 1960 dönemlerini göstermekteydi. İlk tuşlu telefon dönemi de 60'lı yıllara dayanıyor. Elektronik teknolojisinin büyük patlaması sonucu ilk tuşlu telefon üretildi ve hemen ardından piyasaya sürüldü. Bu süreç, evlerde kullanmaya başladığımız ilk elektronik telefonun da başlangıcını oluşturuyor.

80'li ve 90'lı yıllara gelindiğinde elektronik sistem ile donatılmış telefonlar hem hafif hem de

ergonomik yapıya kavuşmuş oldu. Tuşlu telefonların sonrasında ilk ekranlı ev telefonları üretildi. 1983'te, Martin Cooper tarafından ilk cep telefonu tasarlandı ve Motorola tarafından üretildi. Cihazın bir ekranı yoktu ve şarj olma süresi yaklaşık 10 saatti.

Radyo ve uydu frekanslarının gelişmeye başladığı bu dönemde telefonun bir de arabalara eklendiği dönem var. 90'lı yıllarda büyük pazar oluşturan araç telefonları, ilk cep telefonlarının piyasaya sürülmesi ile kısa sürede ortadan kalktı.

90'lı yılların bir diğer iletişim aracı ise çağrı cihazıydı. Operatörü arayıp bir mesaj bırakıyor ve bıraktığınız bu "kısa mesaj" numarasını belirttiğiniz çağrı cihazına iletiliyordu.

İlk kısa mesaj, 3 Aralık 1992'de Vodafone'da çalışan mühendis Neil Papworth tarafından dönemin Vodafone yöneticisi Richard Jarvis'e gönderildi. Tarihteki ilk kısa mesajda ise "Mutlu Noeller" yazıyordu. Papworth, kişisel bilgisayarından gönderdiği mesajına yanıt alamadı çünkü o dönem cep telefonları kısa mesaj gönderemiyor, sadece kısa mesaj alabiliyordu.

2000'li yılların hemen başlarında, SMS çılgınlığına MMS eklendi. MMS'in, SMS'ten farkı, mesaja görüntü veya ses eklenebilmesiydi.

Bugünün akıllı telefonlarına uzanan ve ilk cep telefonu ile başlayan süreç yaklaşık 20 yıl sürdü. Teknolojideki gelişim ve akıllı telefonlarımıza yüklenen çok çeşitli mobil uygulamalar artık insanın vazgeçilmezleri arasında. Bugün çeşitli yazılımlar aracılığı ile tek bir dokunuşla görüntülü konuşabildiğimiz bir dönemde yaşıyoruz.

Gelecekte daha neler mi olacak? Kim bilir...



## Medyatikleşme çağında politika, kültür ve toplum

ALİ KIVRAK \*



Geçtiğimiz Ramazan Bayramına iletişim fakültesi öğrencilerine ekseriyetle tavsiye edilen bir dizinin son derece ilgi çekici bir reklamıyla merhaba dedik. Dünyaca ünlü "Black Mirror" dizisinden enstantanelerle harmanlanan bir reklam izledik. Reklamda, hipergerçeklikte ailesine bayram ziyareti yapan bir genci gördük. Distopik bir medya çağı eleştirisi olarak bilinen Black Mirror dizisinin yerelleştirmenin güzel bir örneği olan bu reklamında kullanılan senaryo pek çoğumuza korkutucu gelse de, uzağımızda olmayan bir geleceği resmediyordu; teknolojinin egemenliğini... Marshall McLuhan ve Harold Innis gibi düşünürlerin çerçevesini çizdiği bu tablo, gerçekte ilk iletişim çalışmalarından bu yana tartışılan, zengin bir tartışma alanının yeniden düşünülmesi gerektiğine işaret ediyordu.

Kitle iletişim araçlarının toplum ve birey üzerindeki etkilerinin tutum ve davranış değiştirme gücüne yönelik tartışmalara kısaca değindikten sonra bu yeni dönemin kaba bir resmini çizmeye çalışacağız. Walter Lippmann'ın 1921 yılında Amerikan halkının karşı çıktığı barış anlaşmasından etkilenerek yaptığı ve kamuoyu üzerine düşüncelerine yer verdiği çalışma, bu yöndeki ilk adımı temsil ediyordu. Bu yıllarda ABD'de Ivy Lee ve Edward Bernays, serbest piyasada halkla ilişkiler tekniklerini mükemmelleştiriyorlardı. Bu ilk dönem örnekler Chicago Okulunun bireyi ihmal eden, kitleyi ön plana çıkaran yaklaşımından ve Freudyan psikanalitikten besleniyordu. İletişimin çizgisel bir düzlemde var olduğu ve KIA'nın (Kitle İletişim Araçları) mesajlarının adeta sihirli bir mermi gibi davrandığını varsayıyordu. Bu mesajlardan kaçmanın mümkün olmadığı ve maruz kalmanın davranış değişikliğine sebep olacağı düşünülüyordu.

Medya ve iletişim alanında etkili olmuş ilk teorik yaklaşımlar güçlü etkiler dönemi olarak da isimlendirilir. Bu dönemde iletişim, çizgisel bir düzlemde açıklanıyor; toplum, kitlelerden oluşan bir yapı olarak tanımlanıyor ve medyanın, toplum üzerinde belirleyici olduğu düşünülüyordu. Daha sonra medyanın etkilerinin zannedildiği kadar güçlü olmadığını savunan zayıf etkiler dönemi kuramcıları bireyi kitleden ayırarak onun medya karşısındaki edilgen pozisyonuna itiraz ettiler. Bu dönemde bireyin ilgilerinin onun medyaya yaklaşımında ve medya içeriklerini tüketmesinde etkili olduğu düşünülürdü. Ana akım iletişim çalışmalarının

sarkaç misali etki üzerine yoğunlaşan bu kuramsal tartışmaları devam ederken Kıta Avrupası'nda medyanın kültürel yönlerine eğilen Frankfurt Okulu, Kültür Endüstrisi kavramsallaştırmasıyla medya araçlarının sahiplik ilişkileri, yabancılaşma, kültürel üretimin metalaşması gibi konulara eğilerek eleştirel medya çalışmalarının temellerini attılar.

20. yüzyılın ilk çeyreğinde propaganda savaşlarının incelenmesiyle başlayan iletişim çalışmaları, günümüzde medyanın toplumun tüm katmanlarına ve kurumlarına sirayet eden etkileri nedeniyle farklı bir mecra kazandı.

### Dijitalleşme ile değişen medya alanları

1990'ların sonunda medyanın dijitalleşme ile birlikte geçirdiği değişim ve dönüşümler neticesinde yepyeni bir kavram ortaya çıktı; medyatikleşme. Bu döneme kadar gazete, dergi, kitap, televizyon, telefon, telgraf, radyo ve sinema gibi iletişim araçları yine teknolojik birer sistem olarak karşımıza çıkmaktaydı ve her bir aracın ya da bu araçların bağlı bulunduğu medya gruplarının açık bir işlevsel tanımı vardı; bu araçlar simgesel üretim ve değiş-tokuşu sağlıyor, anlamları aktarıyor ve kültürel yapının bir uzamı olarak varlıklarını sürdürüyorlardı. Belirli araçlar, belirli estetik ve fonksiyonel işleri ve ihtiyaçları yine belirli formlar içerisinde karşılıyordu. Ancak dijitalleşme ile birlikte mevzubahis iletişim araçlarına yeni boyutlar kazandıran bilgisayar ve internet teknolojisi eklendi ve insanlık tarihinde eşine az rastlanır bir sosyal değişimin kapıları açılmış oldu. Bilgisayar sistemlerinin artık günümüzde hayatımızın hemen hemen her noktasında kullanıldığını belirtmeye gerek olmadığını düşünüyorum. Bilgisayar teknolojisinin mobil cihazlara dönüşmesi ve internetin evrensel olarak yaygınlaşmaya başlaması için fazla beklememize gerek kalmadı. İnternete bağlanabilen cep telefonları ve tablet bilgisayarlar uzun zamandır hemen her gelir grubuna hitap eden cihazlar hâline gelmiş durumda. Hatta SpaceX ve Tesla'nın sahibi Elon Musk, şu günlerde tüm atmosferi kaplayan 12 bin uydudan oluşacak Starlink projesinin ilk uydularını uzaya gönderdi. Bu proje ile Musk, tüm dünyanın en ücra köşelerine kadar interneti ulaştırmayı planlıyor. Starlink hayata geçerse internette, dolayısıyla medyadan kaçmak, uzak durmak artık mümkün olmayacak.

Bahsettiğimiz gelişmeler sonucunda geleneksel medya yapıları; tarihî, estetik ve işlevsel yönlerini neredeyse toptan dijitalleşmeye devretmeye başladılar. Friedrich Krotz, bu değişim dönemine kısaca "dijitalleşme" denmemesi gerektiğini, bunun yanıltıcı bir isimlendirme olacağını belirtiyor. Bunun yerine bilgisayar teknolojisinin medya da dâhil tüm sembolik üretim ve değiş-tokuş süreçlerine entegre olması şeklinde tanımlıyor. Dijital dönemde gazeteler baskıya son veriyor, dergiler interaktif pdf'lere dönüşüyor, kitaplar e-book oluyor, podcastler radyoların yerini alıyor, televizyonlar YouTube kanallarıyla başa çıkamıyor, sinemalar Netflix, HBO ve Amazon Prime gibi hizmetlerin baskılarına boyun eğiyor. Mesela sinemalarda gösterime giren filmler daha gösterimden kalkmadan Netflix'te yayınlanabiliyor.

### Medyatikleşme her şeyin teorisi mi?

İletişim araştırmalarında Albert Einstein ve Stephan Hawking'in fizik dünyası içinde ömür boyu peşinde koştuğu her şeyin teorisi (theory of everything) gibi bir teoriye ihtiyacımız olup olmadığı ayrıca bir tartışma konusu. Ancak 2007-2008 yıllarında ICA'nın (Uluslararası İletişim Derneği) başkanlığını yürüten Sonia Livingstone'nun başkanlık konuşmasında, "her şeyin aracılanması" olarak duyurduğu yeni bir dönemden bahsetmek gerekiyor. Livingstone, konuşmasında iletişim alanında var olan kitle iletişimi ve kişilerarası iletişim ikiliğinin yerini bu yeni dönemde interaktif ve ağlardan oluşan bir yapıya terk ettiğini söyleyerek medyatikleşmenin bir olgu olarak karşımızda durduğunu ilan etmiştir. Medyatikleşmenin, aracılanmanın veyahut dolayımın, hem iletişim pratiklerimizin hem de iletişim dışı pratiklerimizin sınırlarını zorladığını söylemiştir. 2019 yılında yapılacak Uluslararası İletişim Konferansının konusu da sınırları aşan iletişim olgusu olarak duyuruldu.

Medyatikleşme kavramı, iletişim çalışmalarının yukarıda bahsettiğimiz kadim sorularını yeniden gündeme getiriyor ve medyanın birey ve bireyin içinde şekillendiği kültür üzerindeki etkilerini tartışmaya açıyor. Özellikle Kıta Avrupası temelli yaklaşımların söylem ve içerik analizine dayanan yöntemlerini sorguluyor ve medyanın toplumsal kurumlardan, bağımsız bir yapı olmaktan uzaklaştığını vazediyor. Medya, bu durumda bir organizmaya benzetebileceğimiz toplum içinde sinir ağlarını ya da dolaşım sistemini temsil ediyor.



Organizmayı yani toplumu oluşturan yapılar veya başka bir deyişle toplumsal kurumlar az ya da çok medya mantığı dediğimiz Holly Book'a uymak durumunda kalıyor.

Medyatikleşme, ilk duyulduğunda olumsuz çağrışımlar yapan bir kavram. Burak Özçetin'in de altını çizdiği gibi medyatikleşme; cinsiyet rollerinden siyasete, sıradan insanî ilişkilerimizden ekonomik faaliyetlerimize tüm yaşamımızı etkilemektedir. Ancak bu etkilerin homojen ve tek yönlü değil karşılıklı ve heterojen olduğunu da belirtmek gerekiyor. Siyaseti, kültürü, ekonomiyi ve toplumsal hareketleri anlamaya çalışırken medya mantığının bunlar üzerindeki etkilerini ortaya koymaya yönelik hipotezler geliştirmemize yardımcı olsa da medyatikleşmenin kolay anlaşılabilir bir süreç olmadığını söylemek gerek. Oldukça karmaşık olan bu ilişkiler ağı içinde medya mantığına dirençler geliştirenler ortaya çıkabileceği gibi farklı medya araçlarının mantıkları arasında çatışmalar vuku bulabiliyor. Bazı aktörler kendi alternatif yol ve yöntemlerini bulma ve medya mantığına uymama konusunda başarılı olabiliyor.

Medyatikleşme kuramcıları, özellikle geleneksel medyanın günümüzdeki temsilcilerinin metinlerini tekil olarak incelemenin yetersiz bir çaba olduğunu düşünüyor. Bunun yerine iletişim süreçlerine daha kapsamlı bir bakış açısıyla yaklaşılması gerektiğini söylüyorlar. Örneğin fotoğrafın incelenmesinde kullanılan klasik göstergebilimsel yaklaşımların Instagram'da paylaşılan özçekimler hakkında düşünürken ne derece kullanılabilirliği tartışmalıdır.

### Medya Demokrasisi

Talha Köse'nin bir önceki sayıda altını çizdiği gibi bildiğimiz uluslararası ilişkilerin uğradığı değişimin bir yönü de iletişime dayanıyor. Uluslararası ilişkilerdeki iletişim etkisiyle ortaya çıkan değişimin tarifini Köse'nin yazısına bırakıp siyasetteki değişimlere odaklanmayı sürdürüelim. Medyatikleşmenin etkisiyle siyaset, özünü ve otonom yapısını kaybetmekte en temel fonksiyonlarını geleneksel ve yeni medya araçlarına devretmekte; tüm süreçlerini medya araçlarıyla kurduğu irtibat tarafından şekillendirilmesine mahkûm olmaktadır. Arap Baharının, Occupy Wallstreet Hareketinin, Gezi Eylemlerinin ve 15 Temmuz darbe girişiminin arka planında siyasetin medyatikleşmesinin etkileri görülmektedir. Özellikle yerel seçimlerin ve ondan önce de genel seçimlerin sosyal medyadaki yansımaları, geleneksel siyasî kampanya süreçlerindeki değişimin yönünü ifade etmektedir.

Medya, toplumsal bir kurum olarak otonomluğunu artırdığı sürece diğer toplumsal kurumlar üzerindeki etkisini de artırmaktadır. Bunu da diğer kurumları kendi mantığına uymaya zorlayarak sağlar. Bu mantık, medyanın üretim ve dağıtım süreçlerinden ibarettir. Medyanın diğer toplumsal kurumların üzerindeki artan etkisi, siyaset alanında yapılan araştırmalarla ortaya konulmuştur. Siyasetin kendi özgün işleyişi, yerini, günümüzde imajlara ve medya ikonuna dönüşmüş siyasî figürlere bırakmıştır Gianpietro Mazzoleni'nin, "medya demokrasisi" olarak adlandırdığı bu dönemde siyasetçiler, pop

ikonlarına ve şöhretlere dönüşmeye zorlanmakta, medyanın çizdiği imajın dışına çıkan siyasî aktörler kamuoyunda destek bulmakta zorlanmaktadır. Bu durum, dijitalleşmeyle birlikte faklı boyutlara taşınmıştır. Sosyal medyada özellikle manipülasyon ve dezenformasyon üzerine yapılan akademik çalışmaların sonuçları bu durumu resmetmektedir. Kitlesel sosyal medya kampanyaları, karakter suikastlarına, karalama, iftira ve yalan haberlerin hızlıca yayılmasına imkân tanımakta ve siyasetçiler bu durumu rakipleri aleyhine kullanmaktadır.

Dijitalleşmenin getirdiği etkileşimsellik, geleneksel yollarla işleyen kitle iletişim araçlarını da zorlamaktadır. Günümüzde dizi ve sinema sektörünün ekonomik yapısını baştan ayağa değiştirecek olan VoD (*Video on Demand*) ve IP TV teknolojileri, iletişim araçlarının dijitalleşmeyle birlikte yakınsamaya (*convergence*) uğramalarının bir sonucu olarak ortaya çıkmışlardır. Artık dizüstü bilgisayarınız, cep telefonunuz ve televizyonunuz aşağı yukarı aynı işlevleri yerine getiren cihazlara dönüşmüşlerdir; aynı içerikleri tüketebileceğiniz, alışveriş ve bankacılık işlevlerinizi yapabileceğiniz ve haberleşebileceğiniz araçlara... En vahimi ya da dikkat çekici olanı, bu cihazların sizin kullanımlarınızı büyük veri olarak kaydetmesi ve dijital ayak izlerinizi ticarî amaçlarla üçüncü tarafların kullanıma açması...

2016 ABD başkanlık seçimleri sırasında Cambridge Analytica'nın, Facebook kullanıcılarının bilgilerini elde ederek yaptığı ve "psikografi" olarak isimlendirdiği kişiye özel propaganda çalışması bizi, veri güvenliği konusunda sorular sormaya itti. Bu, aslında Google'ın kullanıcıları üzerinde yıllardır uyguladığı ve dijital ayak izlerini kullanan kişiye özel reklam stratejisinin siyasal arenadaki uygulamasından başka bir şey değildi. Cambridge Analytica'nın başkanı kendi hizmetlerinin sunumunu yaparken, klasik kamuoyu araştırmalarında bireyler hakkında toplanan bilgilerin aslında çok yüzeysel bilgiler olduğunu, bu bilgiler kullanılarak oluşturulan geniş sosyokültürel kategorilerin siyasal propaganda çalışmalarında verimli olmadığını söyleyerek kitlelerin algı, tutum ve davranışlarının tek tek bireyleri tanıyarak nasıl etkilenebileceğini ortaya koyuyordu.

Bürokrasinin de siyaset kurumu gibi dijitalleşmenin etkilerinden uzak kalamadığını görüyoruz. Türkiye, erken sayılabilecek bir dönemde, 2008 yılında "dijital devlet" diyebileceğimiz uygulamalar ile tanıştı. E-devlet olarak bildiğimiz bu sistemin adının şimdilerde "Dijital Türkiye" olarak değiştirilmesi gündemde. Devlet, dijital sistemler kullanmanın yanında sosyal medyada da etkin olmaya çalışıyor; bakanlar, başbakanlar hatta devlet başkanları bile Twitter'da ulaşılabilir ve geri dönüş alınabilir bir duruma geliyor. Merkezi idarenin yanında belediyeler de örneğin Twitter üzerinden vatandaşla bire bir etkileşim içinde olmaya gayret ediyor.

### Cüppe out, takım in!

Medyatikleşmenin kültür alanındaki en önemli tezahürleri, tüm dünyada dinlerin geçirdiği değişim ve dönüşümde kendini gösteriyor. ABD'de çadır vaazlarından edindikleri organizasyon yeteneklerini

daha sonra gazete, radyo ve televizyona taşıyan televanjelistlerin yöntemleri tüm dünyada medyatik vaizler tarafından örnek alınıyor. Geleneksel vaazlar yerini çok kameralı, müzikli ve grafik görüntülerle desteklenmiş şov programlarına terk etti. Mürşidin yerini iyi çalışılmış imajlar aldı, müridin yerini ise "hedef kitleler"... Popüler tabirle sarıklar ve cüppeler out; traşlı yüzler, jöleli saçlar ve takım elbiseler in!

Türkiye'de de örneklerini gördüğümüz televanjelizm, medyatikleşen dinî alanın yozlaşmış örneklerini ortaya çıkarması açısından önemli. Hesabı verilmeden bir iletişim aracını kendi kültürel çerçevesinin içine almak, neticesinde bir reyting yarışına, reklam kapma mücadelesine, izleyiciyi ekranda tutma gayretine dönüşerek dinin mesajlarının özünden uzaklaşmasına sebep oluyor.

Medyanın, dinî bir malzeme olarak kullanmasının yanında bireylerin, medyayı dinî bilgi edinme yollarının başına koyması da medyatikleşme kuramının öngörülerini vurgular nitelikte.

### Sonuç: Medya, toplumun kalbine yerleşirken

Medyatikleşmeyi, toplum üzerinden anlamak için toplumsal değişimdeki rolünü anlamakta yarar var. Medyatikleşmenin toplumsal değişimde ortaya çıkan tezahürlerini sıralayacak olursak bunları genişletme, yer değiştirme ve birleşme kavramlarıyla özetleyebiliriz.

Gündelik hayatta iletişim pratiklerimiz, zaman, mekân ve anlamlılık ile sınırlandırılmıştır ve dolayımlanmış iletişim, bu sınırları genişletmeye hatta yıkmaya yardımcı olur. Bu genişleme neticesinde medya, toplumsal kurumların işlevlerini ya tamamen ya da kısmen üstlenmekte ve bunların temel özelliklerini ve karakteristiklerini değişime uğratmaktadır. Medya, medya dışı faaliyetlerin işlevlerini üstlenmekle kalmaz, bunları kendi içinde birleştirir de. Tek cihazdan pek çok farklı medyanın işlevi yapılabilir. Camide vaaz dinlerken borsa takip eder ya da arkadaşlarınızla mesajlaşırken bir yandan da film izleyebilirsiniz.

Giderek artan bir seviyede kültürel ve toplumsal hayatımızın içine işleyen medya araçlarındaki değişimleri anlayabilmek, sınırlarını çizebilmek, her yaşta bireyi, medyanın manipülatif etkilerinden koruyabilmek daha sağlıklı işleyen bir toplumsal yapının gereğidir. Medya araçları, araç olarak kalmalı, adeta kanserli hücreler gibi toplum gövdesinin her uzvuna umarsızca sirayet etmemelidir.

### Meraklısına kısa bir izleme ve okuma listesi

- Medyatikleşen Kültürler, Andreas Hepp
- Ben Robot ve Vakıf Serisi, Isaac Asimov
- Donmuş, Robin Wasserman
- Black Mirror Serisi
- Altered Carbon

\* *İbn Haldun Üniversitesi Siyaset Bilimi ve Uluslararası İlişkiler Bölümü.*

# Siyasal iletişimde yeni eğilim: Seçim manipülasyonu ve yalan haber

İnternet teknolojilerindeki gelişmelerin sonucu olan sosyal medya, hayatın vazgeçilmez bir parçası hâline gelmiş durumda. Kullanımı hızla yaygınlaşan sosyal medya, aynı zamanda toplumsal olaylarda hızlı örgütlenme imkânı da sağlamaya başladı. Ancak özellikle 2016 ABD başkanlık seçimi ve Cambridge Analytica skandalından sonra sosyal medya, toplumu manipüle eden bir araç hâline de geldi.

Sosyal medya platformları üzerinden bot hesaplar oluşturulması, yalan haberlerin yayılması ve yapay kamuoyu oluşturma gibi yöntemlerle seçmen davranışlarını etkilemeye yönelik manipülasyonların yaygınlaşmasıyla birlikte, manipülasyon konusu tüm dünyada seçimler öncesinde tartışma konusu olmaya başladı. İngiltere'deki Brexit referandumunu, Almanya ve Fransa'daki seçimler, son dönemde bu tip dış müdahalelerin yoğun biçimde tartışıldığı örnekleri oluşturuyor. Hâl böyle olunca, birçok ülke sosyal medya üzerinden yayılan yalan haber ve şüpheli içerik ile mücadele etmek için çeşitli yöntemlerin geliştirilmesi için girişimler yürütülmeye başlandı.

## Sosyal medya yeni siyasal iletişim modelleri doğurdu

İnternet teknolojisinin yarattığı dönüşüme paralel olarak değişen siyaset alanında da sosyal medya kullanımı zaman içerisinde bir zorunluluk hâline geldi. Sosyal medyayla birlikte konvansiyonel siyaset yapma tarzlarında yaşanan değişiklik, yeni siyasal iletişim modellerinin ortaya çıkmasına ve politik aktörlerin bu alanda kendilerini göstermesinin yolunu açtı. Siyasi parti ve yöneticilerinin daha geniş kitlelere ulaşmak amacıyla kullandıkları sosyal medya araçları süreç içerisinde siyasetin vazgeçilmezleri oldu. Nitekim sosyal medya kullanan siyasi parti liderlerinin daha geniş kitlelere erişimi ve söz konusu kitlelerin de politikacıları takibi mümkün hâle geldi ve mecra, propaganda açısından elverişli bir alan olarak kabul edilmeye başlandı.

Demokratikleşme, şeffaflık, müzakere ve sosyal alanın farklı boyutlarında pozitif gelişmeler yaratacağı beklenmesine rağmen internet teknolojileri ve sosyal ağların manipülatif bir biçimde kullanılması sonucunda, özellikle siyasal iletişimde, oldukça farklı bir tablo ortaya çıktı.

Siyaset, Ekonomi ve Toplum Araştırmaları Vakfı SETA tarafından, konuya ilişkin hazırlanan son raporda, özellikle son dönemlerde sentetik bir kamuoyu oluşturma yönündeki etkileri düşünüldüğünde sosyal medyanın, demokrasiyi tehdit eden boyutlara ulaştığına vurgu yapılıyor.

**"Propaganda yerini manipülasyona bıraktı"**  
Siyasî aktörlerin kendi seçmenlerini mobilize



etmek üzere çeşitli yollara başvurduğunun bilindiğine dikkat çekilen raporda, "Özellikle seçim propaganda dönemlerinde geleneksel medya araçlarından yeni medya araçlarına kadar her türlü imkân bu doğrultuda değerlendirilmektedir. Siyasî aktörlerin, medya araçlarını kendi kampanyalarını yürütmek için kullandığı durumlara hemen hemen tüm demokratik ülkelerde rastlamak mümkündür. Ancak bu kampanya araçları kitleleri ikna etme amaçlı propagandadan ziyade zaman zaman seçmen iradesinin manipülasyonu için de kullanılabilir." ifadeleri oldukça dikkat çekici.

Bu tür manipülasyonlarda en çok tercih edilen yöntem ise, "yalan haber" ve "bot hesaplar" olarak karşımıza çıkıyor. Bot hesaplar üzerinden yalan haberler yaygınlaştırılıyor ya da çok sayıda bot hesap oluşturularak sosyal paylaşım sitelerinde suni kamuoyu yaratılmaya çalışılıyor. SETA'nın raporunda, bu tip manipülatif hareketlerin özellikle seçim kampanyaları döneminde rakip adayların ya da partilerin seçmenlerini etkilemek için gerçekleştirildiği ve bunların siyasî aktörlerin kendisi ya da devlet/devlet üstü güçler tarafından yapıldığı belirtiliyor.

## Yalan haber tartışması

2016 yılında gerçekleştirilen ve Donald Trump'ın kazandığı ABD başkanlık seçimleri, İngiltere'nin Avrupa Birliğinden ayrılmasının oylandığı Brexit referandumunu ve Fransa başkanlık seçimleri döneminde yalan haberler (fake news) gündeme bir daha çıkmamak üzere girdi.

SETA'nın raporunda yalan haber konusunda şu ifadeler yer veriliyor: "Geleneksel medya araçlarında ortaya konan haberler, belirli kriterlerden ve editoryal düzenlemelerden geçtiği için ifade ettiği bilgi, çoğu zaman sorgulanmazken günümüzde internet ortamları üzerinden yaygınlaşan yalan haberler de okuyucular tarafından çoğu kez sorgulanmamakta ve doğru kabul edilmektedir. Bu sebeple birçok alanda farklı amaçlarla kullanılan yalan haberlerin son zamanlarda özellikle politik ve siyasî alanlarda kullanımı ön plana çıkmaktadır."

Bu ifadeden yola çıkarak şunu söylemek mümkün; politik ve siyasî alanda kullanılan yalan haberler, çoğunlukla hiç sorgulanmadan doğru kabul ediliyor.

Yalan haberler, oluşturulan web siteleri tarafından yayılıyor. Bu sitelerin varlığından kitlelerin haberdar olmasının en etkili yolu ise sosyal medya

uygulamaları. Sahte Facebook ya da Twitter hesapları oluşturularak kullanıcılara, gruplara ve sayfalara ilgili haberin internet sitesi linki gönderilerek ziyaretçi sayısı artırılıyor ve yalan haberlerin kitlelere ulaşması sağlanıyor.

2016 ABD başkanlık seçimleri ile gündeme gelen yalan haber (fake news) son dönemde gerçekleşen diğer önemli siyasî seçimlerde de büyük ölçüde kamuoyunda tartışıldı. İngiltere'nin Brexit referandumunu, Fransa başkanlık seçimleri ve Türkiye 24 Haziran 2018 cumhurbaşkanı seçimleri yalan haber konusunun tartışıldığı belirgin örnekler olarak gösterilebilir.

## Siyasî bot'lar ve iletişim

Sosyal medya platformları üzerinden dolaşıma sokulan ve birey gibi davranan bot hesaplar, oluşturulan algoritmalara ve kullanım amaçlarına göre karmaşık ya da basit işlemleri yerine getiriyor. Sosyal botların kullanım alanı politika olduğunda ise siyasî bot (political bot) terimi tercih ediliyor. Siyasî botlar politik konularda diğer kullanıcı hesapları ile otomatik etkileşime girmek üzere tasarlanıyor. Siyasî botlar bilgiyi ayrıştırıyor, içerik üretiyor ve sosyal sitelerde paylaşıyor. Özellikle seçim dönemlerinde siyasî bilgi arayan seçmenler için içerik üretebiliyorlar. Siyasî kriz durumunda ise istenilen haber ve bilginin çevrim içi platformlarda yayılımına hız kazandırıyorlar.

Bot hesapların aynı zamanda sempatican ve kamuoyu oluşturmak için kullanıldıklarını da belirtmek gerekiyor.

SETA tarafından hazırlanan raporda, bot hesapların birçok ülkede siyasal iletişim sisteminin parçasını oluşturan farklı platformlarda da yer aldıkları belirtiliyor.

Bunun yanı sıra yapay kamuoyu yaratmak için kullanılan bot hesaplar ile siyasî aktörün daha fazla destek gördüğü izleniminin verildiğini ve seçmen davranışının etkilenmeye çalışıldığı belirtilen raporda, "sosyal ağlarda farklı yöntemler kullanılarak manipülasyonlar yapılmakta ve istenilen yönde hedeflerin gerçekleştirilmesi sağlanmaktadır. Son dönemde gittikçe artan bu tür tehditlerle mikro ve makro ölçekte nasıl mücadele edilmesi gerektiği ise hem bireylerin hem de geniş toplumsal kesimlerin önünde duran önemli bir gündem maddesidir." ifadelerini kullanıyor.

## Medyanın güçle imtihanı

ERGÜN YILDIRIM \*



Medya, modernite ile beraber doğan matbuatın vardığı son durum. Gün geçtikçe çeşitleniyor, çoğalıyor ve yeni teknolojilerle zenginleşiyor. Ticaretten siyasete, akademik eğitimden turizme kadar bütün alanlar artık medya ile beraber çalışıyor. Matbuat; modern bilginin, kültürün ve düşüncenin evreniydi. Büyük bir tartışma ve entelektüel kamuoyunu temsil ediyordu. Kitaplar, dergiler, ansiklopediler ve gazeteler onunla gelişti. Aydın sınıfı onunla doğdu. Saray ve merkeze karşı yeni bir muhalefet ve iktidar odağı oldu. O nedenle dördüncü kuvvet dendi. Yasama, yürütme ve yargı yanında dördüncü kuvvet. Hakikaten aydınlar ve onların ilişkiler ağında yer alan çevreler medyayı dördüncü kuvvet olarak kullandılar her zaman.

Gazete ve basın ile başlayan dördüncü kuvvet, kamuoyunu hem oluşturdu hem de yönlendirdi. İstenen siyasetler desteklendi, istenmeyenler yargılandı. Güç merkezlerin yaptıkları etrafında kamuoyu mobilize edildi. Türkiye örneğinde

bunları çok yaşadık. Meşrutiyet döneminde yükselen gazetecilik ve dergicilik faaliyetleri II. Abdülhamit'e karşı eleştirinin ve muhalefetin merkezi oldu. Bundan bunalan sultan, sansür yoluna başvurdu. Ancak bu da para etmedi. Sonunda ittihat ve terakkinin basın-yayın çevresi baskın çıktı. Eski ve yeni diye karşıt ve düşman iki alanın imajları en fazla gazete ve dergilerde üretildi. Özellikle Cumhuriyet döneminde önce İstiklal Mahkemeleri ile hizaya getirilen basın, tamamen resmî ideolojinin yedeğinde kamuoyu oluşturdu. Bundan dolayı halk aşağılandı, dini ile dalga geçildi, geleneksel yapılarına saldırıldı. Falih Rıfkı Atay, "halk plaja saldırdı, vatandaş denize giremiyor!" diye yazdı.

Küreselleşme ile beraber basın-yayın medyaya dönüştü. Uydu teknolojileri, bu sıçramaya yol açtı. Artık mikro dördüncü kuvvet özelliği küresel bağlama kaydı. Dünyanın küresel güçleri ile eş güdümlü çalışan medya grupları doğdu. Büyük bir endüstri, ticaret ve holding yapıları hâline geldiler. New York Times, The Independent ya da CNN bütün küresel alana hitap etmeye başlıyor. Yayınları yeni teknoloji ve alanlarla çeşitleniyor. Uydu teknolojileriyle entegreli yayınlar yapıyorlar. Yerel düzeyde CNN Türk ya da Türkçe Independent gibi "melez medyalar" doğuyor. Küreselleşen medyanın ve medyanın küreselleşen boyutları bunlar. Hem küreselleşme, medya ile kendini anlatıyor hem de medya, küreselleşme ile kendisini temsil ediyor.

Dördüncü kuvvet, yerel ve ulusal ölçekten küresel ölçeğe çıkıyor. Artık medya dördüncü kuvvet olarak

küresel merkezlerin sözcülüğünü yerel düzeyde yapıyor. Finans kaynakları, sosyal ilişkileri ve sosyal habituslar bunları belirliyor. Teröristler, isyancılar, askerler, tüccarlar, devletler medya dördüncü kuvvetleri ile muhatap. Hem de dünya ölçeğinde. Basının "halk doğru bilgilendirmek", "halk adına yönetimler üzerinde baskı oluşturmak", gibi etik boyutları medyalaşma ile beraber ciddi anlamda sarsılmış durumda. Medya, içine yerleştiği lobi ağları, devlet ilişkileri, finans çevreleri ve endüstri ilişkileri ile bu ahlaki değerlerden epeyce uzaklaşıyor. Bunun yerine "dördüncü kuvvet" rolü öne çıkıyor.

Medya ile doğan sadece bir ağ toplumu değil, aynı zamanda kuvvetin de (iktidarların ve devletlerin de) ağları. Belki Castells'in eksik bıraktığı bu taraf. Ahlaktan beri bütün alanlarda yıkıcı kuvvetler doğar. Medyada da aynı şey oluyor. Orta Doğu'da süren isyanlar, çatışmalar ve darbelerin yaygın medya gruplarındaki yansımalarında bunu görüyoruz. Darbeciler, diktatörler, Batı'nın çıkarları ve bileşik ilişkiler hâkim küresel medyada olumlu gösteriliyor. Örneğin darbeci Sisi, The Economist'te güler yüzlü, sivil giyimli bir lider olarak gösteriliyor. Bu da medyanın küresel güç ağlarına eklemelendikçe nasıldaki yıkıcı bir hâle geldiğini ifade ediyor. Medya, kamuoyunu aydınlatma ve bilgilendirme doğasını kaybetmiş durumda. Bunun yerine yönlendirme, çarpıtma, belli siyasetlere göre seferber etme tutumu öne çıkmaktadır.

\* Sosyolog.

## ÇİZGİ

Ahmet Altay



## Muhabbet baki...

.....  
**MUHAMMED AKAYDIN \***



Türk Dil Kurumuna göre iletişimin iki tanımı var: Birincisi, "Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirişim, haberleşme, iletişim." İkincisi ise biraz daha teknik bir tanım: "Telefon, telgraf, televizyon, radyo vb. araçlardan yararlanarak yürütülen bilgi alışverişi, bildirişim, haberleşme, muhabere, iletişim."

İletişim fakültelerinin ilk dersinde de iletişim tanımlanırken; bir iletinin, bir iletken tarafından bir iletilene iletilmesi işlemine iletişim denilirdi, en azından benim zamanımda...

Fakat oldum olası bu iletişimin ruhsuzluğundan dem vurmuyumdur. Elbette her iletişimde bir ruh olması gerekmiyor. Fakat yine de insan birazcık da olsa bir ruh arıyor.

Eskiler iletişime farklı isimler de koymuşlar: Mesela "hasbihâl"... İşin içinde bir hasbiklik olurdu yani gönüllülük olurdu yani karşılıksız bir ileti olurdu... Karşılıksızlıktan kasıt, bir menfaat üzerine kurulmaması elbette. Yoksa tek taraflı bir monologtan bahsetmiyorum. Hâlin hasbiliği, aynı zamanda hasbiliğin de hâlidir diyebiliriz.

Bir de "hemhâl" var. Yani o "iletilen" denilen kişiyle aynı hâli paylaşma durumu/hâli... Biraz empati (bu da ne sıkıcı bir kelime ya hu!)... Yani kendini karşıdakinin/muhatabının yerine koyma hâli... Aynı duyguyu paylaşma hâli... Ya da kişiyi kendi gibi görme de diyebilir miyiz?! Belki de... Ya da Peygamberce (s.a.v.) diyelim: "... Kendin için istediğini başkaları için de iste!" [(Tirmizi, Zühhd 2, (2306); İbnu Mace, Zühhd 24, (4217)]. Bu hâlden mütevellit bir duygu paylaşımında elbette sadece ve

salt bir ileti paylaşımından bahsetmemiş olacağız gibi geliyor bana.

Mesela "hemdert" var bir de... Sizce biriyle hemdert olurken salt bir iletiden bahsedebilir miyiz? Bence ve tabii ki hayır... Dert etmek, dert edinmek, dertlenmek zaten başlı başına bir hâl... Derdi olmayanın insanlığından bile şüphe ederim. İki ayaklı bir mahlûktan başka ne ifade edebilir ki dertsiz biri! (insan diyemiyorum). Allah dertsizlerden uzak etsin bizi... Dert, işte öylesine güzel bir şey. İşte bu derdi muhatabıyla paylaşmanın adıdır hemdert olmak. Hemdert olunan biriyle sizce sadece bir ileti mi paylaşmış olunur? Asla!

Bir de mevzuyla biraz ilişkili bir kelime var, o da "hemfikir"... Baştan söyleyeyim; gerekmiyor elbette herkesle her konuda hemfikir olmak. Fakat fikirlerin/düşüncelerin çarpışması hâli, ortada bir fikrin/düşüncenin olduğuna ispatır.

Fikir/düşünce, akledene has bir durumdur. Hayvan-ı natık (düşünen/konuşan canlı) olan insanın âlâmet-i fârikasıdır. Fikir/düşünce, iyidir. Karşımızdakini de düşünmeden anlayamayız herhâlde...

Eskilerin bir başka kelimesi de "mükâleme"dir. "Kef"le yazılan... "Söyleşme, karşılıklı konuşma" anlamındadır. Bir de biraz buna benzer ve "kaf"la yazılan bir kelime var, o da "mukabele"dir: "Karşı karşıya gelme, yüzleşme, karşılaşma anlamında"... Hani (nedense sadece) Ramazan ayında da sıkça duyarız/kullanırız bu kelimeyi, Kur'an-ı Kerim'in okunduğuna dair... Allah'la yüzleştiğine dair bir hâldir çünkü mukabele...

Bir de bir dönemin meşhur bir kelimesi var, o da, "istikşaf"dir... "Kşf" kökünden gelir; "keşfe çalışma,

araştırma, yoklama" anlamlarında kullanılır. Her ne kadar zamanında birileri bunu beceremese de kelimenin anlamı budur.

Arapça "şvr" kökünden gelen kelimelerimiz var: "Meşvere(t)" mesela; "danışma, görüş alışverişinde bulunma" anlamlarında kullanılır. Eskiden meşveret heyetleri olurdu. "Müşavere" de, "karşılıklı görüş alışverişinde bulunma" anlamına gelir. Yine aynı kökten bir de "istişare" var: "Danışma, görüş sorma" anlamında kullanılır. "Şura" da bu köktendir.

"Hiss-i kabl'el-vuku"... Basit tabirle, bir olay meydana gelmeden önce, o olayı hissetme durumu... TDK, karşılık olarak "önsezi" demiş... Allah aşkına hangisi daha güzel? Tamam, güzel, görece bir kavram... Fakat benim gördüğüm/hissettiğim tabii ki ilki...

Yine aynı güzellikte, "nevi şahsına münhasır" var. Açıklamaya ne hâcet!

Yukarıda kullandığım kelimelerin çoğu birbirine benzer kelimedir ama hepsinin arasında elbette çok ince ve önemli

farklar vardır. Eskiler, işin kolayına kaçıp tek kelimeyle (mesela iletişim) bu hâlleri anlatmaya çalışmamışlar. Çünkü emin olun her hâlin karşılığı başkadır. Gözyaşının bile bin bir türlü hâli vardır. Her ne hâldeyse gözyaşımız da ona göre akar... Ona göre sıcaklığı farklıdır... Ona göre anlamlıdır... Behemehâl birazcık dimağımızı, birazcık kelime hazinemizi genişletelim lütfen...

Ezcümle, "muhabbet"le bağlayalım yazıyı... Arapça "hbb" kökünden gelir muhabbet... Yani "dost olma"dan, "sevgi"den neşet eden bir hâldir. "Habib" de, "ahbab" da bu kökten gelir... Evet, dönem değişiyor, teknoloji değişiyor, araçlar değişiyor, insanlar değişiyor, her şey değişiyor... Fakat en azından "muhabbet"i baki kılalım, olmaz mı?

\* İbn Haldun Üniversitesi Basın Müşaviri.



AÇIK MEDENİYET GAZETESİ

YIL: 2 SAYI: 15 TEMMUZ 2019 FİYATI 5 TL ISSN 2602-2699

**açık medeniyet**

Fikri Bağımsızlık | Intellectual Independence | الاستقلال الفكري  
 Açık Medeniyet Gazetesi, İbn Haldun Üniversitesinin aylık yayımıdır.

İBN HALDUN ÜNİVERSİTESİ  
 ADINA İMTİYAZ SAHİBİ  
 Prof. Dr. Recep Şentürk

GENEL YAYIN YÖNETMENİ  
 Hakkı Öcal

YAYIN KOORDİNATÖRÜ VE  
 SORUMLU YAZI İŞLERİ MÜDÜRÜ  
 Muhammed Akaydin

YAYIN KURULU  
 Recep Şentürk  
 Fahrettin Altun  
 Faruk Yaşlıçimen  
 Hakkı Öcal  
 Halil Berktaş  
 H. Hümevra Şahin  
 İsmail Erkam Tüzgen  
 Muhammed Akaydin  
 Talha Köse

EDİTÖRLER  
 Gökhan Gökçe  
 Muhammet Furkan Alpat

YARDIMCI EDİTÖR  
 Hilâl Purde

FOTOĞRAF EDİTÖRÜ  
 Tevhid Yeni

KREATİF DİREKTÖR  
 Ali Vefa  
 REKLAM  
 0531 618 16 23

TASARIM  
 Design Monsters  
 Ahmet Altay

www.acikmedeniyet.com

f acikmedeniyet @acikmedeniyet  
 acikmedeniyet



**İBN HALDUN**  
 ÜNİVERSİTESİ

İletişim: İbn Haldun Üniversitesi, Ulubathı Hasan Cad. No: 2 Başakşehir 34494 İstanbul | Basın Müşavirliği: 0531 618 16 23 acikmedeniyet@ihu.edu.tr  
 Basım: Kültür Sanat Basımevi, Litros Yolu 2. Matbaacılar Sitesi ZB-11 Topkapı, İstanbul Telefon: 0212 674 00 21-29-46 Faks: 0212 674 00 61 www.kulturbasim.com  
 Yayınlanan tüm yazı, haber ve fotoğrafların her türlü telif hakkı İbn Haldun Üniversitesine aittir. İzin alınıp kaynak gösterilerek alıntı yapılabilir. Yayınlanan yazıların dil, bilimsel içerik ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

## Manipüle ediyoruz

OKAN SARIKAYA \*



Gelişmiş ülkeler dâhil, dünyanın hemen her yerinde Türkiye'de olduğu gibi gazetecilik denince üç krizden bahsediliyor: Malî sıkıntılar, gazeteciliğin farkını ortaya koyamaması ve kalitede düşüş.

Gazeteciliğin ekonomik krizde olduğu tartışılmaz. Geleneksel medya, reklam piyasasında ciddi pay kaybetti, bu kayıp devam da ediyor...

Raporlar ve uzman görüşleri; medya kuruluşlarında işten çıkarmalarla kadroların daraltıldığını, gazetecilik dışı sektörlerle iş birliğinin giderek arttığını ve bunlara yatırım yapmak yönünde tercih kullanıldığını gösteriyor. Dijital ve sosyal medyanın yaygınlaşması, medya tüketicisini olağanüstü çeşitlilik ve seçenek çokluğuyla karşı karşıya bırakmış olması ve de reklam-pazarlama açısından bakıldığında bu büyük içerik yığınına kâra dönüştüren şirketlerin reklam vereni manipüle etmesi de cabası...

Akıllı telefonların aslında birer reklam iletim cihazı olduğunu söyleyen medya çalışmaları profesörü Mara Einstein'ın tespiti, durumu net olarak özetliyor:

*"Sosyal medya ortamlarında ya da geleneksel medya ortamlarında genellikle gerçeklere dayalı gazeteciliğe benzeyen içerikler, aslında sandığımız gibi doğal haber değil. Hepsi reklamcılık ürünü... Kullanıcıların*

*dikkatine: Arkasında bir şirket sponsoru olmayan 'içerik' bulmak artık neredeyse imkânsız. Bu bizi neden mi ilgilendiriyor? Çünkü kişisel veriler, kişisel ilişkiler ve kimliklerimiz şirket kâr yolculuğu adına yeniden paketleniyor. Veri takibi ve verinin manipüle edilmesiyle, 'beğeni'ler, 'tweet'ler, takipçiler; bilimsel bir başarı veya sanatsal bir yetenek ya da seçmenlerin demokraside tam olarak işlev göstermesini sağlayacak bilgiden ziyade, önemli bir para birimi hâline geliyorlar. Dahası da var: Fiziksel ve zihinsel zarar artık kanıtlanmasına rağmen teknoloji ile zaman geçirmek, her zaman 'online' olmak ve 'arkadaşlarımızla' etkileşime geçmek için manipüle ediyoruz."*

Çin, Hindistan, Japonya ve ABD'nin ardından dünyanın en büyük beşinci gazete pazarına sahip olan Almanya'da; hem dünya hem de yerele ilişkin haberlerin verildiği 323 günlük, 23 haftalık ve 6 da pazar gazetesi yayımlanıyor. Hepsinin toplam tirajı 18,3 milyon... Bunun yanı sıra gazetelerin dijital ortamda günlük toplam 12 milyon okuyucusu bulunuyor. Bu da geleneksel medyanın hâlen (Türkiye'de pazarlandığının aksine) dünyada gücünü korumakta olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır.

Basılı medya açısından bakıldığında Türkiye'de sürekli dikte edilenin aksine dünyada öyle kara tablolar falan yok. Hatırlayın, gazetelere 15-20 yıl ömür biçilen 2013'te maddî yönden güç durumda bulunan Washington Post'u, Graham ailesinden satın alan Amazon'un sahibi Jeff Bezos kafaları nasıl karıştırmıştı.

Sonrası malum... Sonuç ortada... Derhâl yeni yatırımlar yaptı. Kapatılmış büroları açarak, deneyimli onlarca gazeteciyi işe aldı. Gazete, bugün Trump karşıtı yayınlarıyla altın devrini yaşıyor.

Aslında önümüzde duran gerçek, kaliteli gazetecilik ile içeriğin ne kadar önemli olduğu. Bunlar elinizdeyse tiraj ve gelirinizin de artmaması mümkün değil. Çünkü gazetecilik dünyada giderek önem kazanıyor.

Hangi mecrada olursa olsun, içeriği sonuçta gazeteciler üretiyor. Yapılması gereken sadece gazete yönetimlerinin, yatırımlarını iyi yetiştirmiş gazetecilere yönlendirmeleri...

Türkiye'de sorun, sanıldığından farklı olarak, yalnızca kendi dünya görüşlerini teyit edecek içerikleri görmek isteyenler için gün geçtikçe cazibesi artan sosyal medyadan ziyade, bu mecrayı haber yapmada, haberin içeriğine malzeme bulmada önemli bir unsur olarak gören gazeteci sayısındaki azımsanamayacak artışta... Bir başka sorun da, teknolojinin herkese görünür olma şansı ve imkânı sunuyor olmasında...

Dileyen herkes medya sahnesine taşınır oldu. Sosyal paylaşım sitelerini kullanarak veya kişisel siteler, bloglarla hatta yazılı ya da görsel medyanın internet sitelerinde okur/yorum kanalları üzerinden söyleyecek sözü olan, görülmek isteyen herkes artık bu şansa sahip. Ancak, bu olanaklar kişilere kazandırdığı inisiyatif ve hızın yanında bir laneti de beraberinde getiriyor. Teknoloji ve dijital medya, özel hayatlarımızı; eskiye kıyasla daha saldırgan, açık, daha savunmasız bir hâle getiriyor. Öfkeyle kaleme alınmış birkaç kelime, heyecanla sisteme atılmış bir fotoğraf geri dönüşü olmayan, öngörülemeyen, durdurulamayan şekillerde sanal ortamda gezmeye başlıyor.

Sözün özü, bir gerçeğin görülmesinde fayda var; uzmanların sıklıkla dile getirdiği gibi, basılı ve dijital medya aslında doğal rakipler değil, aksine, birbirine fayda sağlayabilir mecralardır.

Yapılması gereken, medya kuruluşlarının her seçeneğin güçlü yanlarını değerlendirebilmesinde: Son dakika haberlerinin sosyal medya üzerinden; video ve tartışmaların gazetelerinin internet sayfaları üzerinden ve makale ve röportajların ise basılı nüshalarla yayınlanması gibi...

\* Yeni Birlik Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni.

## Korsanla mücadelede teknolojik çözümler

Kültür ve Turizm Bakanlığı Telif Hakları Genel Müdürlüğünden edinilen bilgiye göre, korsanlığın önlenmesi, ihlallerin tespitinin kolaylaşması amacıyla uygulanan bandrol sistemi, sinema ve müzik eserleri için 1986, kitaplar için ise 1995'ten beri kullanılıyor. Günümüzde bandrol sisteminin etkin şekilde yürütülmesi ve bandrol sahteciliğinin önüne geçilmesi için gelişmiş teknolojik imkânlarla sahip cihazlardan yararlanılıyor.

Bu kapsamda sadece Kültür ve Turizm Bakanlığınca tedarik edilen elektro optik cihazlarla görülebilen "lazer şifre", "mikro text ve nano text yazılar", "3D hareketli logo", "dotmatrix efektler", "güvenlik

işaretleyicisi" gibi güvenlik önlemleri kullanılıyor. Korsanla etkin mücadele için bandrol hammaddesine eklenen ultraviyole (UV) mürekkeple bandrollerin kopyalanmasının önüne geçiliyor.

### 400 elektro optik cihaz dağıtıldı

Bu çerçevede, teknik donanım ve cihazlarla desteklenmesi için il denetim komisyonlarına 400 adet elektro optik cihaz dağıtıldı. Elektro optik cihazlar, yeni nesil bandrollerin orijinalliğinin tespitini ve esere ilişkin bilgilere ulaşılmasını sağlayan karekod okuyucularla denetimlerin daha hızlı yapılmasını sağlayan lazer şifre okuyuculardan oluşuyor.



### Vatandaş da kontrol edebiliyor

Öte yandan akıllı telefonlar üzerinden hizmete sunulan uygulamayla vatandaşlara da bandrolleri kontrol imkânı sunuluyor. Vatandaşlar, bandrollerin üzerindeki karekodu okutarak, esere ilişkin bandrol bilgilerini sorgulayabiliyor.

# Basın özgürlüğü raporlarının “tarafsızlığı”



Her yıl düzenli olarak ülkelerin basın özgürlüğü performansına yönelik çalışmalar yapan Freedom House'un Türkiye ile ilgili raporları hem iç hem de dış kamuoyunda çokça tartışılıyor.

2014 yılında Türkiye'yi medya özgürlükleri açısından “kısmen özgür” kategorisinden “özgür değil” kategorisine indiren örgüt, genel özgürlükler alanında Türkiye'nin “kısmen özgür” ülke pozisyonunu sürdürmüştü. 2015 yılında da bu tutumunu sürdüren Freedom House'un 2016 yılında kamuoyuyla paylaştığı rapora bakıldığında ise Türkiye'nin internet alanında “kısmen özgür”, basın konusunda ise “özgür olmayan ülke” kategorisinde ele alındığı görülmüştü. Türkiye'nin 2017 yılındaki konumuna bakıldığında, 2016'ya göre negatif bir seyir izlediği, sivil ve politik özgürlükler alanında önemli problemlerin yaşandığı, raporun temel vurguları arasında “Freedom in the World 2018” başlığı ile geçtiğimiz günlerde yayınlanan raporda ise Türkiye genel özgürlükler alanında “kısmen özgür” statüsünden “özgür olmayan ülke” pozisyonuna düşürüldü. Statü değişikliğinin nedeni olarak, hükümet sisteminde yaşanan değişimle birlikte Türkiye'nin “otoriter bir pozisyona evrildiği” ve Türkiye'de “muhalif kimlikli kişi ve kurumların baskıya maruz bırakıldıkları” iddiaları gösteriliyor. Sosyopolitik haklar düzleminde de bir gerileme yaşandığı iddiasını dile getiren örgüt, OHAL sürecinin Türkiye'de hukukî karar alma süreçlerini tehdit ettiği görüşünde.

Türkiye'nin hem iç hem de dış siyasetinin konu edildiği raporda dikkat çeken bazı hususlar, raporun ana temalarının ideolojik bir söylemle kurgulandığını gösteriyor: Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın 15 Temmuz başarısız darbe girişiminin ardından baskıyı artırdığı, bazı kaotik düzenlemeler aracılığıyla medya şirketlerinin kapatıldığı, Türkiye'nin Suriye ve Irak'taki askerî ve diplomatik girişimlerinin bölgedeki dengeleri tehdit ettiği gibi argümanlar, sözü edilen ideolojik söylemin yansımaları Türkiye'nin 15 Temmuz darbe girişimi sonrasında kendisini FETÖ'den arındırma adına uyguladığı adli ve idari tedbirlerin kriminalize edilmeye çalışılması, raporun objektifliğine gölge düşürüyor.

## Genel ve metodolojik sorunlar

Uluslararası kuruluşların basın özgürlüğü konusunda Türkiye ile ilgili raporlarının önemli metodolojik hatalara sahip olduğu ve bu raporların sıklıkla siyasi bir baskı aracı olarak kullanıldığı görülüyor. Söz konusu raporların en temel sorunu, Türkiye'nin modernleşme ve demokratikleşme sürecine, iktidar ilişkilerine ve medya kültürüne yeterince aşına olunmaksızın kaleme alınmaları ve bu nedenlerle basın özgürlüğü konusunda yaşanan sorunların kaynaklarını yanlış yerde aramaları. Bahse konu raporlar değerlendirildiğinde, bölgesel ve küresel bilgi kaynaklarının şeffaf olmaması, Türkiye'deki sosyopolitik bağlamdan bağımsız bir olay incelemesi yapıyor oluşu ve yapılan eleştirilerin karşılaştırmalı bir perspektiften yoksun oluşu, göze çarpan temel eksiklikler.

Basın özgürlüğüyle ilgili raporlandırma çalışmalarının bilgi kaynakları arasında analistler, akademisyenler, iç ve dış haber kaynakları, sivil toplum kuruluşları, düşünce kuruluşları, bireysel bağlantılar ve insan hakları alanında çalışan aktivistler gösteriliyor. Ülkelerin genel özgürlük ve basın özgürlüğü hakkındaki performansları bu kaynaklardan alınan bilgiler ışığında kategorik düzenlemelere tabi tutuluyor. Bu süreçte bölgesel kaynakların ülke hakkındaki öznel görüşleri, haber kaynaklarının kısmî ve yetersiz değerlendirmeleri, gazetecilerin adli işlemleriyle ilgili spekülasyon düzeyindeki söylemler, raporların tutarlılığını ve tarafsızlığını olumsuz yönde etkiliyor. Raporların yazım sürecinde özellikle Türkiye'deki muhalif isimlerden yararlanılması, bilgi kaynaklarındaki tek taraflı ideolojik pozisyonu ortaya koyuyor.

Raporlarda ülke içi gelişmelerin dikkate alınmadığı, genellikle ülkelerle ilgili yerleşik kanaatlerin ortaya konulduğu görülüyor. Bu durumun en somut örneği Türkiye ile ilgili rapor ve değerlendirmelerinde karşımıza çıkıyor. Nitekim 15 Temmuz gibi kanlı bir askerî darbeyi önleyen Türkiye Cumhuriyeti'nin takip ettiği idari ve adli süreçlerin kriminalize edilmesi, Türkiye'nin terörle mücadelesinde etkin adımlar atması adına uyguladığı prosedürlerin basın özgürlüğünü tehdit ettiğinin iddia edilmesi ve yine terörle mücadele kapsamında gözaltına alınan ya da tutuklanan “gazeteci kimlikli” kimselerin basın

özgürlüğü açısından ciddi sorunlara yol açtığı gibi değerlendirmeler, Türkiye'deki gündemi anlamaktan fersah fersah uzaktır. Bilhassa “gazetecilerin tutukluluğu” konusunda, süreçten bağımsız bir olay analiziyle ideolojik yorumlar yapılıyor. Söz konusu tutuklamalara gerekçe teşkil eden hususların ele alınması yerine sadece gazetecilik kimliğinin ön plana çıkartılması subjektif ve keyfi bir değerlendirme biçimi.

Raporlarda karşımıza çıkan bir diğer husus da eleştiri ve değerlendirmelerin karşılaştırmalı perspektiften yapılmıyor oluşu. Özgürlük/güvenlik denkleminde kriz anlarında özgürlüklerin sınırlandırılması sadece Türkiye'ye mahsus bir durummuş gibi gösteriliyor. Oysa Fransa, İngiltere ve Almanya'nın muhtelif terör saldırıları sonrasında uyguladığı politikaların Türkiye ile karşılaştırılması, bu bağlamda önemli veriler ortaya koyacaktır. Örneğin Fransa Ulusal Meclisinin, Paris saldırılarının gerçekleştiği 13 Kasım 2015'te ilan edilen OHAL uygulamasının Temmuz ayında altıncı kez uzatılmasına karar vermesi, bu konudaki en önemli örnek. 2018 yılı raporunda genel özgürlükler alanında “özgür ülke” statüsünde gösterilen Fransa'nın OHAL'i bitirme kararının ardından çıkardığı yasalarla birlikte fiili OHAL sürecini devam ettirmesi raportörlerin hiç ilgisini çekmemiş. Öte yandan, son dönemde terör saldırılarına maruz kalan Avrupalı devletlerin sosyal medyaya yönelik düzenlemeleri de özgürlüklerin sınırlandırılması olarak yorumlanmamış. Ama Türkiye'de olağan dönemler dışında özgürlüklerin güvenlik gerekçesiyle sınırlandırılması her zaman bir problem olarak algılanıyor ve raporlarda bu yönde Türkiye karşıtı bir dil benimseniyor.

Uluslararası kuruluşların hazırladıkları raporların, Türkiye'deki basın özgürlüğü konusunu tarihsel ve siyasal kaynaklarından bağımsız bir biçimde işlediği ve sadece “hükümete muhalefet” bağlamıyla sınırladıkları görülüyor. Basın özgürlüğü gibi bir meseleyi tek boyutlu ele alan ve diğer yansımaları konu edinmeyen bu raporlar, birtakım temel eksikliklerle malul. Söz konusu raporların birçoğunda Türkiye klasik birtakım şablonlarla değerlendiriliyor; ülke içindeki gelişmeler göz ardı ediliyor ve yerel dinamiklerin değerlendirme dışı bırakıldığı tek boyutlu bir çerçeveye hapsediliyor. Bu raporlara karşılaştırmalı olarak bakıldığında, en çok mutabık oldukları konuların, hükümet karşıtı gazetecilerin düşüncelerinden dolayı kısıtlanmaları, muhalif basının görevini yerine getirememesi ve Türkiye'nin hızlı bir biçimde otoriter bir rejime doğru savrulması olduğu görülüyor. Tüm bu sorunlar, raporların tarafsızlık ve şeffaflık ilkelerine uygunluğuna gölge düşürüyor. Sözü edilen raporların, basın özgürlüğüne engel olarak gösterilen olaylarda, içeriğe dair bilgi edinmek yerine doğrudan olay analizi yapmaları, sorunların analitik bir değerlendirmesini imkânsız hâle getirdiği gibi, problemlerin çözüm yollarını da tıkıyor. Sorunun kaynaklarını doğru tespit edememek, soruna yanlış yerlerde çözüm aramaya sebep oluyor.

*Not: Yukarıdaki metin Turgay Yerlikaya tarafından yazılmış olup SETA'nın <https://www.setav.org/basin-ozgurlugu-raporlarinin-tarafsizligi/> uzantılı adresinden alınmıştır.*

## Endişeye mahal yok!

RAHİM ER \*



Bugün adına “gazete” dediğimiz mevkuteye Osmanlı insanı “ceride” diyordu. İlk ceridemiz Takvim-i Vekayi’dir. Aynı zamanda Devlet-i Osmaniyye’nin resmî gazetesi de olan bu yayın organı haftalık. Türkçe, Arapça, Farsça, Ermenice, Rumca ve Fransızca neşrediliyordu. Yayınına iki kere ara verilmiş olsa da daha sonra devam etti. Cumhuriyetten sonraki ismi ise “Resmî Gazete” oldu.

Takvim-i Vekayi, 1831’de çıkmıştı. Onu, Tanzimat’ın ardından başka cerideler takip etti. Jön Türkler, sonra da İttihatçılar, fikirlerini yaymak, geniş kitlelere ulaşmak için cerideye hayli rağbet ettiler. Terkipsiz söylersek o dönemlerde yayımlanan gazetelerden bazıları Takvim, Tercüman, Sabah, Hakikat, Havadis, Hürriyet gibi adlarla bugün de mevcuttur veya bazıları yakın tarihlere kadar mevcuttu.

Osmanlı Cemiyeti, matbaadan sonra günlük, haftalık, aylık ceridelerle tanışmış; daha sonra da bunların yanına mecmualar eklenmişti. Mecmuanın da hayatımıza girmesiyle “matbuat” adı verilen gazete ve dergilerin fikrî değişiklik ve inkılaplarda büyük rolü olmuştur. 1908 II. Meşrutiyetiyle beraber çok partili hayata nasıl geçilmişse matbuat da çeşitlenmiştir. Öyle ki o zaman “Amele Fırkası” yani İşçi Partisi olduğu gibi kadın ve çocuk dergileri de vardır.

Cerideye yaygın biçimde Cumhuriyetten sonra “gazete” denmeye başlanmışsa da esasen Yahya Kemal gibi muharrirler, II. Meşrutiyete denk gelen erken yaşlarında gazete kelimesini de kullanıyorlardı. Bu vesileyle Yahya Kemal’in o yıllarda kurduğu Dergâh mecmuasının bugün de ayakta olduğunu hatırlatmak isteriz.

Matbuat ismi, 1960 sonlarına kadar devam etti. 1970’lerden başlayarak da “basın” kelimesi, Bâb-ı Âli’ye yerleşti. Basın sıfatı da tıpkı matbuat gibi gazete ve mecmuayı ihtiva ediyordu.

Bâb-ı Âli ise gazete, mecmua ve hatta kitabın çıktığı mekânın adıydı. Tanzimat’tan sonra bugünkü İstanbul valiliği sadaret yani başbakanlıktı. Bugün “külliye” derken cumhurbaşkanlığının kastedildiği gibi sadaretin Gülhane tarafındaki kapısından dolayı ona da “yüksek kapı” anlamında Bâb-ı Âli deniliyordu. Matbuat, o çevreyi mesken tuttuğu için

hükümet, Ankara’ya gitse de 1990 ortalarına kadar bu sıfat matbuat ve basın döneminde yayın dünyası için kullanılageldi.

Türk toplumunun televizyonla tanışması 1970’lerin başıdır. O sırada gazeteler gibi televizyon da siyah beyazdı. Dergi çeşitleri, tarih ve magazin dergilerinin de aralarına katılmasıyla çoğalmıştı. Dergiler, kısmen renkliydi.

Siyah beyaz gazeteler ise 6 sayfa fakat seviyeliydi. “Sermuharrir” denen başyazarları ve “fıkra yazarı” denen sütun sahipleri daha ziyade eseri olan edebiyatçılardı. “Köşe yazarı” denen garip kelime ve ondan da garip “gazeteci-yazar” sözleri henüz basına girmemişti.

Gazete sayfalarının çoğalması ve “ofset baskı” denen renkli gazete yayıncılığı esasen Turgut Özal’dan sonra 1980’nin ortalarında başladı. Televizyonlar, o tarihte renklendi. Ancak radyo ve televizyon hâlâ “basın” tanımı içinde değildi.

1989’a geldiğinde bu satırların yazarı Türkiye’de özel televizyonculuğu başlattı. Özel televizyonlar, önce yurt dışından Türkiye’ye izinsiz olarak yayın yaptılar. Zira anayasada “Radyo-televizyon yayını yapmak devlet tekelindedir.” deniliyordu. Böylece aslında anayasa suçu işliyorduk. İşin tekel altında tutulma sebebi, darbe yapma kolaylığı içindi. TRT’ye bir albayla bir manga asker gönderen cunta, darbeyi gerçekleştiriyordu. Bu, aynı zamanda tek parti döneminde Ankara’nın telefon talimatıyla manşetler atılmasının da alışkanlık eseri idi.

Özel televizyon yayınları böylece 3-5 yıl sürdü. Sonra her şey kanunileşti. O zaman bile TV ve radyolar “basın” kelimesinin dışındaydı. Siyasiler veya basın toplantısı yapan başkanları, “Sayın basın mensupları ve sayın televizyon mensupları!” diye söze başlıyorlardı. Özel televizyonların, 1980 başlarından itibaren hayatımıza girip 1990 başlarında evlere iyice yerleşmesiyle bu işe ilgi duyan veya bu işi meslek olarak yapan çevrelerde şöyle denmeye başlandı:

– Gazeteler bitti, radyo da bitti, kitap zaten bitti!

Özel televizyonları hayatımıza kazandırmış biri olarak biz, bu görüşlere karşı şöyle dedik:

– Hayır! Televizyonun yayın dünyamıza girmesiyle ne gazete ne dergi ne radyo ve ne de kitap bitecektir. Banların her biri, kendine yeni hayat alanları bularak yaşamaya devam edeceklerdir.

Nitekim zaman, bizi doğruladı. Gazete ve dergiler yoluna devam etti. Radyo, adeta yeniden keşfedildi. Kitap, ilk defa yüz binli baskılara ulaştı. Bu noktaya varıldığında “basın” kelimesi terk edildi. Artık “medya” vardı. Medya denince yukarıdan beri adı geçen bütün neşriyat unsurları; elle tutulan, gözle

görülen, kulakla işitilen her mevkute yani süreli yayın kastediliyordu.

1990 ortalarına gelindiğindeyse, “önce mobil telefon” sonra “cep telefonu” denen yeni bir kolaylık daha hayatımıza dâhil olmuştu. Bundan bir adım öncesindeyse gazeteler kurşun harf kullanma çetinliğinden pikaj-montaj dönemine, oradan filme geçmiş, bu arada faks, teleksi iptal edilmiş, araçlara telefon bağlanmıştı.

1990’ların sonuna geldiğimizde, 1980 sonlarında tanıştığımız bilgisayar, internetle tanıştı. Ne var ki medya, yuvayı, Bâb-ı Âli’yi terk ediyordu. O halkın içinde olan kalemler, şimdi cam giydirilmiş binalarda milletten, dolayısıyla haberden kopmuştu. 2000’lerin başlarına gelindiğinde cep telefonu ile internet yeni bir haberleşme teknolojisi olarak karşımıza çıktı. 2010’larda insanoğlu, yeni teknoloji karşısında belki ayağa kalkıp ceketini iliklemedi ama aynaya bakan masal kahramanlarının, “Ayna ayna söyle bana; sen mi güzelsin ben mi?” sorusunu sorma cesaretini bile göstermeden elindeki esrarengiz cihaza “akıllı telefon” dedi. Sihirli kutudan kopulmuş, akıllı telefona biat edilmişti. Sanki artık insan, telefonu değil; telefon, insanı yönetiyordu. Bu telefon, biraz sonra vahşi batının ileri karakolu denmeye layık arama motorlarıyla iş birliği yaptı. O iş birliği; insanları, ucu da bucağı da olmayan bir ormana taşıdı. Bu yeni yere “sosyal medya” denir oldu. Kalem, kelam, kamera, video, sinema... Takdir, tenkit, kin, öfke, ahlak, seviye ve düşüklük hepsi oradaydı, hepsi orada.

Bu sosyal medya, medyayı vurur oldu. Şu an bu cenk, devam etmektedir. Matbuat, basın, medya çizgisinden gelen yazılı, basılı, sözlü ve görüntülü meslek, şimdilerde kaygı ve belki de korku içinde. Bazıları bu defa da, “gazete, dergi, TV, radyo kitap bitti” diyor. Biz, böyle düşünenlerden farklı olarak çok seneler öncesinde söylediklerimizi bir kere daha tekrar ederek diyoruz ki:

– Hayır! Gazete, radyo, televizyon, kitap yani medya bitmez! İnternetle, sosyal medya ile birlikte her biri kendine yeni bir hayat alanı bularak yoluna devam edecektir. Batan olur, çıkan olur fakat gazete ve dergi bitmez. Kitap, asla bitmez. İnsanoğlunda dokunma hissi devam ettikçe bunlar var olacaktır. Daha duyma, koku alma ve görme vardır. Kâğıdın kokusu vardır. Modern zamanlarda plazalar; evi, aileyi, mahalleyi, komşuluğu bitiremedi. Zarar verdiği inkâr edilemez. Ama o kadar. Sosyal medya da, medyayı bitiremez. Belki onu kendine çekidüzen vermeye zorlar.

Unutulmasın ki medyanın en zirve noktasında “oku!” emriyle gelen Kur’an-ı Kerim vardır. Oku emri kıyamete kadar devam edecektir.

Endişeye mahal yok!

\* Yazar.



## Alev Alatlı: Ey, oğul! Medyadan medet umma. Medya özgür olabilemez.

■ **Ey, oğul!** Gençsin. Uslanmış ömrün 21. yüzyılın ilk çeyreğine denk geldi. Aklını formatlayan, zamanın hâkim doğruları. Sen sen ol, alakalı delillerin bütününe vakıf olmadığında, aklının çıkarımlarına güvenme. Her daim gerekli, velakin yeterli değildir akıl.

■ **Ey, oğul!** Her şeyi anlamaya kalkan, öfkeden ölmeyi göze alır derler. Bilesin ki, akılla anlaşılabilir, pergele, cetvele gelmez bu ülke. Kendisine has bir kimliği vardır, Türkiye'ye sadece iman edilir.

■ **Ey, oğul!** Devirli bir oluşumdur, tarih. Sakın ola ki, ezelden ebede dümdüz uzanan doğrusal bir hat bellemeyesin. Güneş, her gün daha mütakâmil bir dünyaya doğmaz. Gün olur, en gerideki, en öndekinden ileride olur. Aristarkus, Kopernik'e "zıpçıktı astrolog" diyen devrimci Martin Luther'den daha ileridir. Ahmet Yesevi, Kadızade Mehmet'in çok ötesinde.

■ **Ey, oğul!** Bir şeye ille de benzeteceksen her budağından sürgün atan salkım saçak bir böğürtlen çalına benzet tarihi. Bir sürgünü çiçeğe dururken, diğeri meyve vermekte, bir diğeri ise kurumaktadır. Bir çağda birden fazla çağ yaşanır.

■ **Ey, oğul!** Sen sen ol çağdaş sözcüğünü insanlık tarihinin en ileri aşamasıdır belleme. Kimi medeniyet yükselirken, kimi çiçeğe durmakta, bir diğeri gerilemekte, beriki çökmektedir. Tek bir sürgüne takılıp kalma, bütüne bak. Ekolojiyi kolla ki, tarih çalısı sürgün vermeyi sürdürebilsin. Bir şeyden korkacaksan, soğuyan güneşin seni yarı yolda bırakmasından korkmalısın.

■ **Ey, oğul!** Tarihin olanı değil, "olması gerekeni" kaydetmesi gerektiğini vaaz eden, Aristo. O gün bugün, tarih yazıcılarının kısmı azamı kendilerini yandaş sürgünlerin geçmişini asilleştirmekle yükümlü hissederler. Eski çamların bardak olmaları da bundandır, ne Osmanlı ne de Cumhuriyet tarihinin hakkıyla yazılmamış olması da bundan.

■ **Ey, oğul!** Güneşin balçıkla sıvanmadığı söylemi, zamanın ruhuna yenik düşenlerin avuntusudur. Tarih şahittir ki, güneş balçıkla sıvanabilir, gerçeklerin üstü örtülebilir. Hakikat; sükkût suikastına kurban gidebilir, hiç söylenmemiş, dile getirilmemiş gibi olabilir. Umumun zihniyetine ters düşen gerçek, öfke uyandırır. Sapkınlıkla, sapıklıkla suçlanır, savunmasız kalır.

■ **Ey, oğul!** Hakikatin bu yüzyıldaki en yaman hasmı, dünyanın yeni düzenine revaç veren “doğru”lardır. Dünyaya çeteler hükümran olduğunda evrensel kamuoyuna hitap eden ahkâm, insana dair hakikati yansıtmaz olur. Hâkim kültüre ters düşen toplumlar, düşkün ilan edilir, milletler camiasından sürülürler.

■ **Ey, oğul!** Kâfir de olsan Müslüman, değilim desen de Türk sayıldığın bir coğrafyanın çocuğusun. Sen sen ol, 21. yüzyılın şen şakrak ahkâmına yine de kapılma. 79 İran rehine krizi, Körfez, Somali, Irak, Libya kulağına küpe olsun. Rahmetli Edward Said’i ıskalamayasın.

■ **Ey, oğul!** Medyadan medet umma. Medya özgür olabilemez. Medyanın başarısı, umumun zihniyeti doğrultusunda ürün vermesiyle kaimdir. Gazeteci, gerçek düşüncesini bağlı olduğu gazeteye sokmamak için para alandır. İnsanoğlunun hafifmeşrep, hafızayı beşerin nisyan ile malûl olduğunu bil, bugünün en silisiz gazetesinin, yarının en muteber tarihi vesikası sayılacağını aklından çıkarma.

■ **Ey, oğul!** Sen ki müstakbel bir babasın, hâkim ahkâmın etlerini kılçıklarından ayırmasını öğrenmelisin. Mal, mülk, kılık kıyafet, itibar, sempozyumlar, paneller göz kamaştırır. Sıkılmış yumruklar, keskin bakışlar, konserler, mitingler gönül çeler. Pop zihniyetin doğru saydığını nihai hedeftir diye belleme. Şaşaalı kabullerin kendi gerçeklerini karartmasına izin verme. Akranlarının aklına ille de uyma. Genelde kabul gören ahkâma saygılı bir mesafede dur. Haktan ayrılma, gerçeklerden kopma ki, hakikat sulbunun yolunu bulabilsin.

■ **Ey, oğul!** Kahraman “kahr”dan türeme, kahramanlık konjonktürel. Görkemli törenlerle üstün hizmet madalyaları tevdi eden, umumun zihniyeti. Kahramanlığın, hâllerden bir hâl; umumun ayran gönüllü olduğunu unutmayasın. Oysa yiğitlik içsel bir haslettir. Haysiyetlilik, erdemlilik, cesarettir, mertliktir, samimiyettir, sadakattir, vefadır. Üstün ahlaktır, kârsız sevgidir, ölçülü saygıdır. Dobra ama patavatsız değil, cömert ama savurgan değil, yürekli ama saldırgan değil, inançlı ama yobaz değil, içten ama ahmak değildir yiğit.

■ **Ey, oğul!** Kahraman, gücü yetmediğinde kahraman olmaktan çıkar. Yiğit, gücü yetmese de yiğit kalır. Yiğitlik madalyası yoktur. De ki, takınamadın, ne gam? Sen öyküneceksen, kahraman olmaya değil, yiğit olmaya öykünesin.

■ **Ey, oğul!** “Akranıyla uçmayan kuş, semada hu çeker!” derler. Sen sen ol, kankalarını sıra dışı zekâlardan seç. Edepsizden edebini satın al. Cehl ile söyleşme ki, konjonktürel ahkâm seni fenersiz yakalayamasın.

■ **Ey, oğul!** Bayağılık geçer akçe olup yüreğini daralttığında, varıp büyük edebiyatçıların kapılarında yatasın. Neşet Ertaş, her kahramanın yiğit olmadığını en iyi bir bilendir. İnsanın serüveninin üç yüz senaryodan ibaret olduğunu sana William Shakespeare hakkıyla anlatır. Manzarayı umumiye İbn Haldun hocadan sor. Cemil Meriç üstadı ihmal etme ki, özgün sanılan tekliflerin arkasına saklanmış Godot’u bekleyen asıl eserleri gösterebilesin.

■ **Ey, oğul!** Sakın ola ki, kitapları kendi düşüncelerini doğrulamak için okuyanlardan olmayasın. Okumak; gece yolculuğuna benzer, unutmayasın. Kelimeleri, karayollarının karanlık susaların iki yanlarını işaretlemek için yerleştirdiği fosforlu kedigözleri gibi düşüneceksin. Kedigözlerinin kendilerine ait güç kaynakları yoktur. Kitap sayfalarındaki kavramlar misali hayata gelmeleri, parlayabilmeleri için far ışıklarının üzerlerine düşmesi, onları aydınlatması gerekir.

■ **Ey, oğul!** Sürücünün ehil olanı, kelimeleri aydınlatanın kendi farları olduğunun şuurunda olandır. Bırakıp gittiğinde susanın yeniden karanlığa bürüneceğinin, kararın metinlerin gecenin zifirini delemeyeceklerinin idrakinde olmalısın. Bilgiyle gerdeğe girmek isteyen sürücünün ehil olması gerekir.

■ **Ey, oğul!** Direksiyon başındaki o sürücü sensin. Kavramların dile gelebilmeleri için tekeri uygun yönde kırması gereken de sen. Kitap kapaklarını örtme ki sayfalara ışık sızabilsin, kelimeler, kavramlar parlasın. Tekinsiz bir yüzyıla denkleyen ömrün, karanlığa gömülmesin.

# “Bizim kuşak gazeteciler yanlışlıkla değil bilerek hata yapar”



Haber/Röportaj

Avni Özgürel

”

**Teknolojinin sunduğu olanaklar birçok alanda alt üst oluşturma neden oldu. Dolayısıyla medya, hem içeriğini değiştirdi hem de yapısında değişiklikler yaşandı. Geleneksel medya dediğimiz yapının patronajı genelde iş adamı da olsa, büyük ölçüde gazetecilik yapanların müdahil olduğu bir yapıydı.**

“

Haber/Röportaj: Muhammed Akaydın

Tüm kesimlerin sevgisini kazanmış, millî ve yerli bir gazetecidir Avni Özgürel. Bir o kadar dobradır, kimseden lafını esirgemez. Mesleği gazetecilik olup da gazete sahibi olan günümüzün tek duayen gazetecisidir. Tüm bilgi, birikim ve tecrübesine rağmen herkesi, özellikle gençleri dinler, onlara danışır. Kalemî çok sağlam bir yazar olan Avni Özgürel, aynı zamanda senarist ve yapımcıdır. Yeni Birlik ve Analiz Gazetesi İmtiyaz Sahibi Avni Özgürel’le çok keyifli bir söyleşi yaptık. Özgürel’i; herkesin, özellikle gençlerin dikkatle takip etmesi gerektiğini naçizane tavsiye ederim.

**Medyanın iletişim dilinde son dönemde nasıl bir değişim gözlemliyorsunuz?**

Bir değişim olduğu kesin. Ancak bu sadece Türkiye’ye has bir tablo değil. Teknolojinin sunduğu olanaklar birçok alanda alt üst oluşturma neden oldu. Dolayısıyla medya, hem içeriğini değiştirdi hem de yapısında değişiklikler yaşandı. Geleneksel medya dediğimiz yapının patronajı genelde iş adamı da olsa, büyük ölçüde gazetecilik yapanların müdahil olduğu bir yapıydı. Oysa bugünün medyasına baktığınızda, çoğunluğu reklam şirketleri olmak üzere, inşaat, savunma, turizm gibi alanlarda faaliyet gösterenlerin ortak oldukları karar verici bir yapıyı görürsünüz. Hani “reklam arası haber” diye bir kavram vardır. Bu tamamen doğru bir tespit hâline dönüştü. Aslında en kötüsü, medya dilinde yaşanan değişim. Artık insanların haber alma özgürlüğü ortadan kalktı. İnsanlar, bugün sadece kendilerine iletilen ile yetinmek zorunda. Yaratılmak istenen algı üzerinden insanlar habere ulaşabiliyor. Bunun örneklerini hem Türkiye’de hem de uluslararası alanda görmek mümkün. Irak’ın

kimyasal silahlara sahip olduğu söylemi üzerinden ülke işgal edildi. Sonrasında ise “pardon yanılmıştık” anlamında açıklamalarla sözde “özür dilendi”. Bu, tek bir olay değil tabii ki. Bugün ABD’de üç dört kişinin hayatını kaybettiği bir olay, tüm dünya basınında yer alırken, bir İslam ülkesinde, Hindistan’da ya da Afrika’da yüzlerce insanın hayatını kaybettiği olaylar ne yazık ki haber niteliği dahi taşıyamaz hâle geldi. Yani uluslararası medyanın dili öyle bir hâle geldi ki, İslam dünyasında yaşananların hiçbir önemine olmadığına ilişkin algı ağırlık kazandı. Aylan bebeğin sahilde hayatını kaybettiği olayı hatırlayın. Tam bir trajedi. Ancak Batı’daki kimi medya organlarında, “O kadar sorun yapmayın, bu da büyüyünce terörist olacaktı!” şeklinde yorumlar çıktı. Artık, bir mülteciye çelme takan gazetecilerin var olduğu bir medya ile karşı karşıyayız. Kısaca bakıldığında medyanın aktörleri değişti, zihniyeti değişti, her şeyi değişti. En büyük değişim ise değerlerde yaşandı. Batı’yla özdeş görülen inanç hürriyeti, düşünce hürriyeti, yaşama hakkı ve adalet gibi kavramların hepsinin bir etiket olduğu açığa çıktı. Bugün bu kavramlar bir kartvizit gibi oraya buraya atılır hâle geldi. Yani insanların ne giydiği, ne yediği, neye inandığı ya da inanmadığı

”

**Esasında Batı dediğimiz şey, “öteki” üstünden kendini tanımlayan bir şey. Bugün hiç kimsenin şüphesi olmasın; Osmanlı’nın Viyana kuşatması Batı’da çok büyük bir travma yarattı.**

Batı’da çok önemsiz görülmeğe başlandı. Bugün anladık ki; Batı sadece kendi düşünceleri, kendi inançları, kendi beğenileri istikametinde alınan kararları onaylıyor, ancak kendisine yabancı sunulan her şeyi reddediyor.

**Bugünün medyasında gündem belirlemek için manipülatif olarak atılan başlıklar ve doğrudan algı oluşturmak için kullanılan iletişim dilinin yarattığı sorunlar sizce nedir?**

Esasında Batı dediğimiz şey, “öteki” üstünden kendini tanımlayan bir şey. Bugün hiç kimsenin şüphesi olmasın; Osmanlı’nın Viyana kuşatması Batı’da çok büyük bir travma yarattı. Tabii bunun ardından bir zihniyet değişimine yol açtı. Viyana kuşatması öncesinde Osmanlı’nın Paris Sefiri Çelebi Mehmet Efendi döneminde Fransa’da bir Türk modası ortaya çıkmıştı: “Türk gibi olmak”, “Türk gibi başörtüsü takmak” kavramları vardı. Osmanlı sefaretinin bahçesinde kılınan namaz, halk tarafından merakla izlenirdi. İşte Viyana kuşatması sonrası, “Biz bu Osmanlı’yı yendik” şeklinde Osmanlı ve Türk algısı oluşturuldu. Sorunun aslı Türkiye değil, İslam... Batı, Türk ile Müslümanı aynı anlamda kullanıyor. Lunaparklarda insanların yumruk şiddetini ölçen aletler vardır. Batı’da buna “Türk kafası” derler. Bu şekilde yetişmiş bir insanın öfkesinin sınırı yoktur. Osmanlı, o dönem teknolojik olduğu kadar kültür olarak da üstündü. 13, 14 ve 15. yüzyıllarda Batı’nın karanlık Orta Çağ dönemini yaşadığı sırada, Osmanlı’nın düşünce üretmesinin önüne geçecek hiçbir şey yok. Batı, neyi var neyi yoksa Endülüs üzerinden ve İslam’dan öğrendi. Ancak birden bire düşünce ve siyaset üretmeyi bırakmış. Oysa bugün Osmanlı’nın iki büyük padişahı Fatih Sultan Mehmet ile Yavuz Sultan Selim’i mutlaka okumalıyız. Bugünün siyasetçileri, akademisyenleri Yavuz’u okumalı. Kürt meselesini nasıl çözmüş, İran karşısında nasıl bir siyaset üretmiş, Memlukler ile nasıl ilişki kurmuş... Ancak bugün tüm bunları ne yazık ki bırakmış. Bugün iletişim fakültelerindeki gençlerimize İngilizce öğretiyoruz. Bunların bir kısmı ABD’ye gidip, hayran

hayran geri dönüyorlar. Fakat Türkiye’de Rusça bilen, Çince bilen, Hintçe bilen, Urduca, Peştunca bilen, Afrika dillerini konuşan kaç gencimiz var? Bu şekilde nasıl siyaset üreteceğiz, medyayı nasıl yöneteceğiz? Yakın zamanda Batı’nın önemli ajanslarının elemanları Suriye’de ortaya çıktı. Hepsisi Arapçayı, Kürtçeyi çok iyi biliyor. Bunlar gazeteci. Ancak bizde kaç kişi bu dilleri biliyor? Bu açıdan Türk medyasının daha kırk fırın ekmek yemesi lazım. Eskiden ben bir ifade kullanmışım; Türkiye Cumhuriyeti yasama, yürütme, yargı ve bir de Hürriyet gazetesinden oluşur diye. Bu işi şakasıydı tabii. Ama onu bile kaybettik.

**Bir gazeteci olarak sizce, gazetecilik ve gazetecilik dili nasıl bir dönüşüm gösterdi? Gazetecilik artık sadece “haber verme” özelliğini yitirdi mi? Sizce bunun nedeni nedir?**

Ne yazık ki, bugünün gazetecilik dili, mal satmaya çalışan bir tüccar dilinden farklı değil. Bazısına siyaset satıyorlar, bazısına kültür satıyorlar, bazısına algı satıyorlar. Ancak mutlaka bir pazarlama faaliyeti var. Bugün Türkiye’de sinemalarda vizyona giren Amerikan filmlerine ilişkin haberler yapılır, televizyonlarda yayınlanır. Bunlara Amerikan dizilerini de ekleyin. Oysa İran sinemasının, Afgan sinemasının hatta Çin sinemasının çok güzel eserleri var. Ama bundan kimsenin haberi yok. Bizim için varsa yoksa Hollywood. Avrupa sinemasını bile artık yok sayıyoruz.

**Yani haber verme özelliğini bitirdi medya, ne vermek istiyorlarsa onu veriyorlar öyle mi?**

Aynen öyle. Bizi tıpkı uyuşturucuya alıştıran insanlar hâline getirdiler. Örneğin Amerikan dolarına alıştırdık. Bizde tüm televizyonlardaki alt bantlarda dolar fiyatları geçer. Ne gerek var buna? Sadece magazin kanalı formatında yürütüyoruz işleri.

**Yeni dönemde bir medya var, “yeni medya”... Geleneksel medyada tek taraflı bir iletişim vardı. Ne veriliyorsa ona inanıyorduk. Ama şimdi etkileşimli bir medya var. Buna rağmen hâlâ istediğimiz haberi alamıyor muyuz?**

Kesinlikle alamıyoruz. Bu iş nasıl yetiştiğinizle ilgili bir şey. Senin haber anlayışın nedir? Bugün nereye bakmak gerektiğini belirleyen bir ortam var. Ancak sen o ortamda yetişmemişsin, yanından geçse de duymuyorsun, görmüyorsun, bakmıyorsun bile... Çünkü senin dikkatin başka yerde. İşte yaratılan algı tamamen bu. Onun için Orta Doğu’da ölen çocukların hiçbiri fotoğraf yarışmalarının dışında önem taşımıyor. Suriye’deki çocukların hâli bizim

için, Batılı insan için çok güzel kareler. Ancak ondan bir santim ötesi yok. Türkiye’de 4 milyon Suriyeli barınıyor, bunlara kıllarını bile kıpırdatmıyorlar. Bunu bırakın, “Artık sayıları çok oldu gönderelim bunları diyorlar!” Bu insanların kimi yerlere girmeleri yasaklanıyor. Bunlar insan...

**Biz ne zaman, nerede bu insanlığımızı kaybettik?**

Kapitalizm böyle bir şey zaten. Bugün aile kavgaları, en mahrem konular, insanların eşleriyle bile konuşmaktan utanacağı konular, televizyon ekranlarında canlı yayında tartışılıyor. Üstelik çok da rahatlar. Bunlar aslında yüz kızartıcı şeyler. Bunun açık toplumla, şeffaflıkla hiçbir ilgisi yok, ikiyüzlü bir hâle geldik. Batılı eşine; “Artık bu birliktelik benim için bitti, boşanalım!” diyor. Bizde de, “Durumu kurtarmak değil, başka şekilde idare edeyim!” yaklaşımı hâkim oldu. İkiyüzlülük bu. Vekiller mecliste yemin ediyor, ertesi gün başka bir şey yapıyor. Dolayısıyla sistem bizden, “ikiyüzlülük” bekliyor zaten. Bu sadece medya ile alakalı bir sorun değil. Medya bu işin “cambazı”, “soytarı”. Medya sadece, bütün bu algıları insanlara aktaran ve bunları önemseten ya da bazı değerleri önemsizleştiren bir zemin...

**Deneyimli ve duayen bir gazeteci olan Avni Özgürel, yeni dönemin iletişim dilinin nasıl olması gerektiğini düşünüyor?**

Samimi kanaatimi söyleyeyim: 20-25 yaşlarındaki genç bir gazeteci hata yapar. Bu, gerçek bir hatadır. Doğrusunu anlatırsınız düzeltir. Ama ben hata yapmam, bilerek yaparım. Benim tecrübemdeki bir gazeteci hatayı bilerek yapar. Bizimki kasıtlıdır. Bu çok daha kötü bir şey tabii ki... O nedenle bu meslekte yeni kuşağın, bu değerleri kazanıp, bu mesleğin içinde sivrilmesi ve belli yerlere gelmesi lazım. Bu alanları işgal etmiş, 40 yaşın üstündeki kişileri temizleyeceksin. Çünkü kötü alışkanlıklarla yetişmiş. Bu benim kuşağımdaki siyasetçinin suçu, iş adamının suçu, akademisyenin suçu... Türkiye, 35 yıldır terör mücadelesi veriyor. Bu PKK nereden çıktı diye, doğru dürüst araştıran kaç tane akademisyen görüyorsunuz? Bugün biz FETÖ diyoruz. Bu sadece bir terör örgütü değil, bu bir ajan, bu bir istihbarat faaliyeti... Bu bir örtülü savaş. Terör örgütü nitelmesi bile az kalır bunun yanında. Bu başka bir şey. Ama biz bunu tanımlarken bile elimiz ayağımız oynuyor. Ben çok iyi biliyorum ki, 15 Temmuz’dan iki ay öncesine kadar FETÖ’yü tanımlayamamıştık. Cumhurbaşkanı Erdoğan yırtındı ama isim koyamadı: “Paralel yapı” dendi, “Cemaat” dendi, “Pensilvanya” dendi, “legal görünümülü illegal yapı” dendi. En sonunda Cumhurbaşkanı Erdoğan dayattı ve “Fetulahçı Terör Örgütü” şeklinde tanımlandı. Bu dönemde örgüt, bu şekilde tanımlanmamak



Avni Özgürel

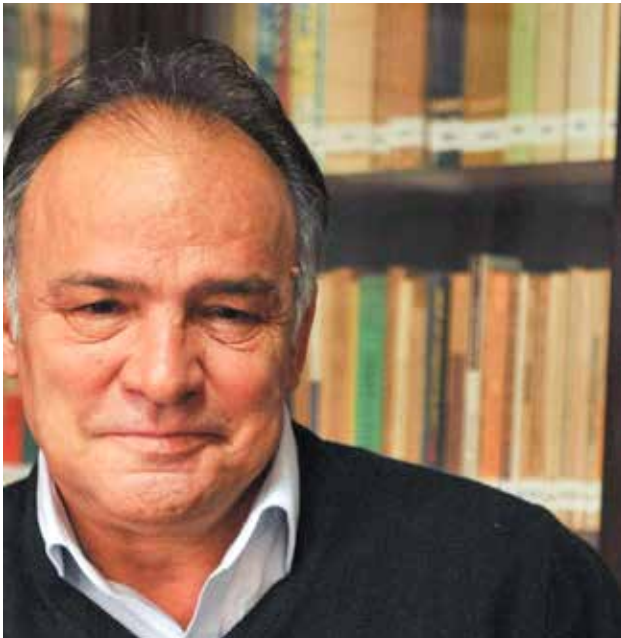
”

**Medya sadece, bütün bu algıları insanlara aktaran ve bunları önemseten ya da bazı değerleri önemsizleştiren bir zemin...**

için olanca gücüyle dayattı. Hatta parti içindeki milletvekillerini istifaya yöneltti. Ama biz siyasette ve medyada bunları algılamamakta beis görmedik, çok sempatik geliyordu bu durum medyaya. O nedenle 20 yaşındaki gençler çok önemli. Bu gençler Türkiye’nin geleceği. Biz bunları da zehirlersek, kaydedeceğiz. Görüyorum onları bugün, çok açık sözlüler, kafaları pırl pırl. Ama özellikle kız çocuklarına önem vermeliyiz. Erkeklerden açıkçası beklentim yok. Ama kız çocuklarını iyi yetiştirebilirsek, bunlar da kendi çocuklarını doğru insan olarak yetiştirebilirse, o zaman yırtarız... Bizim bugün Sabri Ülgener, İdris Küçükömer, İlber Ortaylı, Mehmet Ali Aybar, Hikmet Kıvılcım, Cemil Meriç, Nurettin Topçu, Erol Güngör gibi insanlara, “Bu insanlar ne söylemiş? Biz bunları nasıl algıladık? Siyaset niye bu insanlara karşı çıkmamış ama bunlardan da yararlanmamış?” diye dönüp bakmamız lazım. Çocuklarımıza bunları okutarak, tartışarak anlatmamız gerekiyor. Çocukla tartışmamız gerekiyor. Ünlü klasik Karamazov Kardeşler’de iki çocuk tartışır. Bir tanesi dindar, diğeri ateisttir. Kavga ederler. Dindar olan der ki; “Aritmetik olarak bana tannın yokluğunu ispatlasan bile ben Hz. İsa’yı seviyorum.” İşte bu başka bir kültür. İman başka bir şey. Aynı şeyi peygamberimiz Hz. Muhammed (s.a.v.) için de söyleyebiliriz. Tüm bu kültürler bizim İslam anlayışımızdan kaynaklanıyor. Yani imandan... Türkiye’nin bugün yeni bir siyasete, yeni bir ahlak anlayışına, yeni bir iş adamı tipine, yeni bir medyaya ihtiyacı var. Çünkü Türkiye siyaseti iyiyi de deforme ediyor. AK Parti’de bu sıkıntıları görüyoruz. CHP’de hiçbir şey değişmemiş, aynen gidiyor. Peki, bu gerçekleşir mi? Bu benim kuşağımda olacak bir şey değil, ancak bugün üniversitelerde olan, ülkesi için heyecan duyan ve meseleleri tartışan gençlerle olabilir...

”

**Ne yazık ki, bugünün gazetecilik dili, mal satmaya çalışan bir tüccar dilinden farklı değil. Bazısına siyaset satıyorlar, bazısına kültür satıyorlar, bazısına algı satıyorlar.**



Avni Özgürel

## İnternet haberciliğini bekleyen tehlike!

İSA TATLİCAN \*



Dijital yayıncılığın, yazılı basını giderek tehdit ettiğini çok sık duyduğunuzu tahmin ediyorum. Gazetede kâğıt döneminin tarihe karışacağı süre ile ilgili görüş beyan edenlere de sürekli rastlıyorsunuzdur. Ben bu konuya girmek istemiyorum. Beni daha çok internet gazeteciliğini bekleyen tehlikeler ilgilendiriyor.

### Haber sitelerini sosyal ağlardan takip ediyoruz

Dünyada dijital habercilik yapan belki de tüm mecraların şikâyet ettiği ortak bir konu var: Ana sayfa trafiğinin düşüşü. Yani, okur adres çubuğuna sizin URL adresinizi yazmak yerine sosyal medya ve arama motorları üzerinden sitenize gelmeyi tercih

ediyor. Özetle, haber okumak isteyen Twitter'a girip başlık okuyor, çok ilgisini çekerse haberin detayına gidiyor. Ya da güncel bir gelişmeyi Google'dan araştırmayı daha pratik buluyor. Bu yeni yönelim, haber sitelerinin en değerli reklam alanlarını içinde barındıran ana sayfalarının trafiğini giderek düşürüyor. Dahası, büyük yatırımlarla kurulan ve dev bütçelerle yönetilen haber siteleri, giderek sosyal ağlara ve arama motorlarına içerik üreten kurumlar hâline geliyor.

### Sosyal ağlar senin içeriğini sana satıyor

Dünyadaki tüm dijital medya kuruluşları, kendisine zarar verdiğini bildiği hâlde sosyal ağlara ve arama motorlarına yatırım yapmaya devam ediyor. Hatta bunun için büyük bütçeler de harcıyor. Senin hazırladığın içerikler sayesinde büyüyen sosyal ağlar, senin hazırladığın içeriği daha fazla kişiye göstermek için senden daha fazla para istiyor. Yani senin hazırladığın içeriği sana satıyor. Bu durum yayıncı kuruluşlar ve sosyal ağlar için giderek kısır döngü hâline gelen bir bağımlılığa dönüşüyor.

### Google ve Facebook algoritmasını değiştirirse...

Sadece Türkiye'nin değil tüm dünyada dijital medyanın bir sorunu bu. Örneğin New York Times'tan sızan inovasyon raporunda siteye gelen trafiğin üçte ikisinin Google, Facebook gibi sosyal

ağlar ve arama motorlarından geldiği belirtildi. Bu rakamlar şu anlama geliyor: Google ve Facebook bir gece algoritmasını değiştirirse New York Times milyonlarca okurunu kaybedebilir.

### Çözümünden giderek uzaklaşıyoruz

Peki, bu sürdürülebilir bir durum mu? Bugün için değil ama yakın bir gelecekte bütün dünya medyası bu tehlikenin farkına varacak. Nasıl bir çözüm bulunacağı konusunda ortak bir akıl geliştirilebilir mi bilmiyorum. Bildiğim bir şey var: İnternet haberciliği değil sosyal ağlar büyüyor. Bunu da el birliği ile dünyanın dört bir köşesine dağılmış milyonlarca yayıncı yapıyor.

### Merak etmeyin 2025'te de burada olacağız

Tek çözüm ise insanların eskiden olduğu gibi okurun siteye doğrudan gelmesi gibi görünüyor. Akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla bu çözümden giderek uzaklaşıyoruz. Bütün bu olumsuzluklardan sonra karamsar olmadığımı da söylemek istiyorum. 5-10 yıl önce bu noktaya gelineceğini tahmin bile edemedik. Ama biz buradayız. 2025 yılında okur alışkanlıkları nereye doğru evrilir bilmiyorum ama biz ya da bir başkaları yine burada olacak. Yeter ki içimizde habercilik aşkı olsun!

\* Sabah.com.tr Genel Yayın Yönetmeni.

## Günümüz iletişim araçları bizden neleri götürdü?

MEHMET YÜCEL TÜRKSEZER \*



Başta sağlık, eğitim ve haberleşme olmak üzere birçok alanda yararları çok fazla olan internet ya da genel olarak iletişim teknolojisi ve (öncelikle televizyon olmak üzere) iletişim araçlarının hayatımızı kolaylaştırdığı gerçeği inkâr edilemez. Ancak hızla gelişen iletişim teknolojisi bizden neleri götürdü? Eskiden iletişim ve ulaşım imkânlarının çok sınırlı olması nedeniyle topluluklar ve devletler bütünlüklerini sağlamak üzere belirli bir kültür oluşturmuşlardır. Günümüz iletişim teknolojisi ve iletişim araçları birçok farklı kültürü bir araya getirmekte, dolayısı ile birçok sorunu da ortaya çıkartmaktadır. Yaşım itibarıyla hızla gelişen iletişim teknolojisine nasıl ayak uydurduğuma hâlâ ben bile şaşıyorum. Uzun/kısa şaryolu daktilolardan, kolları hesap makinelerinden, teksir makinelerinden internet, bilgisayar, akıllı telefon ve sosyal medya

hesaplarına nasıl geldik? Benim çocukluğumda aileler kendi kültür, millî ve manevî değerleri içinde yaşar, birbirlerini ziyaret eder ve anlamlı sohbetlerde bulunurlardı. Bizden büyük ağabey ve ablaların okuma-yazma bilmeyen yaşlılara gazete haberlerini okurken heyecanlandırmak ve biraz da kızdırmak için masum ilaveler yapmalarına, günümüzde asılsız haberlerin sosyal medya hesaplarından tüm kullanıcılara servis edildiğini görmekteyiz. Bir köyden fazla insanın barındığı binalarda komşuya ses gitmesin diye çocukların eline sıkıştırılan tabletler, akıllı telefonlarla gün boyu ne yaptığı, hangi sitelere girdiği, kimlerle haberleştiği, hangi oyunları oynadığı kontrol ediliyor mu? Bir kafede, lokantada, dinlenme tesisinde, yolda elindeki telefonla bir şeylere bakan, haberleşen, oyun oynayan, sosyal medyayı takip eden, e-maillerine bakan insanları görüyoruz. Hatta bunun eşlerin, arkadaşların birlikte gittikleri yerlerde karşı karşıya otururken yaptıklarına şahit oluyoruz. Bu araçlar, insanları kendilerine bağlayarak, sosyal etkileşimi zayıflatmış, insanların boş zamanlarında birbirleriyle yapabilecekleri fikir alışverişlerini engellemiştir. Böylelikle de birbirinden habersiz, birbirine karşı duyarsız insanlardan oluşan bir toplumun oluşmasına yol açmıştır.

Elektronik yayınlara erişmek bu kadar kolaylaşmış iken toplumumuzun kaçınılmaz yararlanıyor? Kitap okuyan sayımız gittikçe azalıyor. 2018

yılında yapılan bir araştırmada, haftalık ortalama kitap okuma süresi 6 saat 50 dakika olarak tespit edilmiş. Ülkemizde yetişkin bir bireyin haftalık kitap okumaya ayırdığı süre 5 saatin biraz üzerinde. Araştırmaya göre dünya ortalamasının altında kalmak ve listede ortalarda bir yer bulmak bizler için oldukça üzücü bir durum. Kitle iletişim araçlarının birey ve toplum üzerinde çeşitli etkilere sahip olduğu bilinmektedir. Toplumumuzu etkileyen en önemli iletişim araçlarından biri de televizyondur. Televizyonun habercilik, toplumsallaştırma, motivasyon, tartışma-diyalog, eğitim, kültürel geliştirme, eğlence ve bütünleştirmeye yönelik yayınlar yapması beklenmektedir. Bu etkilemenin olumlu ve olumsuz yönlerinin ağır bastığı görülmektedir. Toplum tarafından benimsenmiş en yaygın iletişim aracı olan televizyonun işlevsel bir hâle getirilmesi, daha nitelikli yayınların yapılması toplumun bilgi birikiminin artırılması amaçlanmalıdır.

Millî ve manevî değerlerimize, örf ve adetlerimize sahip çıkmalı, iletişim teknolojisinin bizden neleri götürdüğünü, daha neleri götüreceğini değerlendirerek bir an önce ibreyi lehimize çevirmeliyiz.

\* İbn Haldun Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürü.

# Kurum içi iletişim neden önemlidir?



İletişim, sözlü veya yazılı olabileceği gibi hem sözlü hem yazılı ya da sözsüz olarak yani beden dili, jest ve mimiklerle de sağlanabilir. İletişim, en yalın hâliyle Türk Dil Kurumu Sözlüğünde şöyle açıklanıyor: “*Duygu, düşünce veya bilgilerin akla gelebilecek her türlü yolla başkalarına aktarılması, bildirimi, haberleşme, iletişim.*”

Temelde bireyin kendi iç sesi ile başlayan iletişim, üyesi olduğu aile içinde filizlenip zaman geçtikçe de ait olduğu gruplarda şekillenir. Aile ve arkadaş çevresi ile başlayan grup içi iletişim, iş yaşantısının da olmazsa olmazıdır. Her firma, kurum ve kuruluş iletişime, daha doğrusu kurumsal iletişim denilen süreç ve olguya ihtiyaç duyar. Kurumsal iletişim, ne derece önemliyse kurum içi iletişim de bir o kadar önemlidir.

## Kurum içi iletişim nedir?

Sanayi Devrinin ilk dönemlerdeki “*üretim odaklı çalışma*” şekli değişeli çok oldu. Artık personelini düşünen yani “*insan odaklı çalışma*” anlayışı hâkim ya da en azından öyle olması gerekiyor. Eğer bir işveren en başarılı şirketler arasında yer almak istiyorsa, odağına insanı koymak zorunda! Bu odak

ise; “*çalışan bağlılığı*”, “*motivasyon*”, “*iletişim ve performans yönetimi*” gibi kriterlerden geçiyor. İşte bu kriterlerin tümü, kurum içi iletişimi oluşturuyor.

Kurum içi iletişimi, “*Birden fazla insanın bir amaç etrafında toplanmasını sağlayan ve bir araya gelen insanların güç birliği yaparak örgüt amaçları yönünde etkili bir biçimde çalışabilmeleri için, aralarında olması gereken iş birliğini ve çevresiyle uyumlarını sağlamada önemli bir rolü olan; biçimsel ve biçimsel olmayan yapılarıdaki anlam yükü taşıyan her türlü insan etkinliğinin paylaşılması.*” şeklinde açıklamak mümkün.

Buna göre “*kurum içi iletişim*”, öncelikle konunun önemini kabul eden yönetimin liderliğinde planlamayı ve yönetilmeyi gerektirecek kadar önemli bir konudur. Özellikle çok uluslu yapılara bürünen yönetim biçimlerinde liderlerin yaklaşımları iç iletişimde yapı taşı konumundadır.

## Kurum içi iletişim neden önemlidir?

1970’li yıllardan itibaren halkla ilişkiler uygulamaları içinde önemli yer tutmaya başlayan iç iletişim ya da çalışanlarla iletişim, modern anlamda I. Dünya

Savaşı, özellikle 2. Dünya Savaşı yıllarında sanayi kuruluşlarının savaşı destekleme çabaları sırasında, işletmelere sadakatle bağlı olmayan çalışanların varlığının farkına varılmasıyla önem kazanmaya başladı.

Başarılı bir yönetim ve örgüt sistemi, etkin bir iletişim sistemi ile mümkün olacağından, iletişim ağının iyi kurulmuş olması ve işlemesi, örgütsel başarıyı etkileyecek ve örgütsel çıktılarının yüksek olmasını sağlayacaktır.

Üretim ve hizmetlerin belirlenen amaçlara uygun olarak yerine getirilebilmesi için gerek kurum içinde ve gerekse yönetsel düzeyde etkin bir iletişim sisteminin kurulmasına ihtiyaç vardır. Kurumun iletişim atmosferini, yapısını ve niteliğini belirleme yetkisi yönetime aittir. Yönetici, kurum hizmetlerinin etkili bir şekilde gerçekleştirilmesi ve daha iyi bir kurum imajı için etkili bir yönetsel iletişim ve kurum içi iletişim sisteminin kurulması için gerekli tüm çabaları göstermelidir.

Kurum içi iletişim sayesinde, çalışanlara, şirket tarafından ulaşılmak istenen hedefler, amaçlar, görevler, sürdürülen faaliyetler ve şirket içindeki birtakım sorunlar hakkında bilgiler verilir. Bunun dışında çalışanlar, şirket içerisindeki yerlerini ve görevlerini, şirketin içinde bulunduğu mevcut durumu yine kurum içi iletişim sayesinde öğrenebilir.

Ürün odağından, insan odağına geçildiği varsayılan günümüzde kurum içi iletişim, hiyerarşik düzenin getirebileceği olumsuzluklara maruz kalınmaması ve kurum çalışanlarının bireysel memnuniyeti ve de motivasyonu için büyük önem taşımaktadır.

Kurum çalışanlarının gerek kendi aralarında, gerekse üst yöneticileriyle olan bağları, kurum içi iletişimin iyi olması ile sağlanabilecektir.

Kurumun hedeflerini belirledikten sonra çalışanları bu konuda bilgilendirmek hatta alınan kararlar konusunda çalışan görüşlerine de yer vermek, çalışanların kendini geliştirebilmesi için gerekli eğitim, imkân ve olanaklar sunmak, iyi bir çalışma ortamı yaratarak kurum içerisinde ben duygusundan ziyade biz bilincine yer vermek, son olarak da her çalışanın birey olarak kurum içerisinde ne kadar önemli olduğu hissini çalışanına hissettirmek kurum içi iletişimde olması gereken hususlardır.

## Türkiye’nin fiber optik ağı uzuyor

Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu (BTK) Pazar Verilerinden yaptığı derlemeye göre, Türkiye’de geçen yılın sonu itibarıyla elektronik haberleşme sektöründe faaliyet gösteren 448 işletmeciyeye 795 yetkilendirme yapıldı. Türkiye’nin 1 Nisan 2016 itibarıyla geçtiği 4,5G’de hizmetlerin sağlıklı verilebilmesi için gerekli fiber yatırımları, yoğun bir şekilde işletmeciler tarafından yapılmaya devam ediyor.

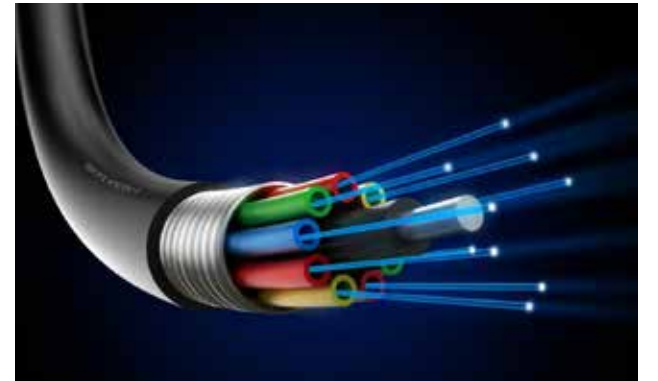
### Fiber uzunluk 355 bin 28 kilometreye yükseldi

Fiber uzunluk, 2015’in sonunda 268 bin 120 kilometreyken, geçen yıl sonu itibarıyla 355 bin 28 kilometreye yükseldi. Böylece ülkenin 67 bin 28 kilometre olan kara yolu ağını beşe katladı.

4,5G hizmetinin yaygınlaşmasıyla baz istasyonlarındaki trafiğin taşınmasında ihtiyaç duyulan fiber hatların altyapı kurulum çalışmalarına devam ediliyor. Türkiye’nin 5G şebekesini oluşturması için de fiber altyapısını tamamlaması gerekiyor. Bu amaç doğrultusunda BTK’da, strateji planında fiber altyapısının geliştirilmesi ve yüksek hızlı genişbantın yaygınlaştırılmasıyla internete erişimin kolaylaştırılması hedefleniyor. Böylece Türkiye’nin bilgi toplumuna dönüşüm sürecinin hızlandırılması amaçlanıyor.

### Genişbant internet abone sayısı 74,5 milyon

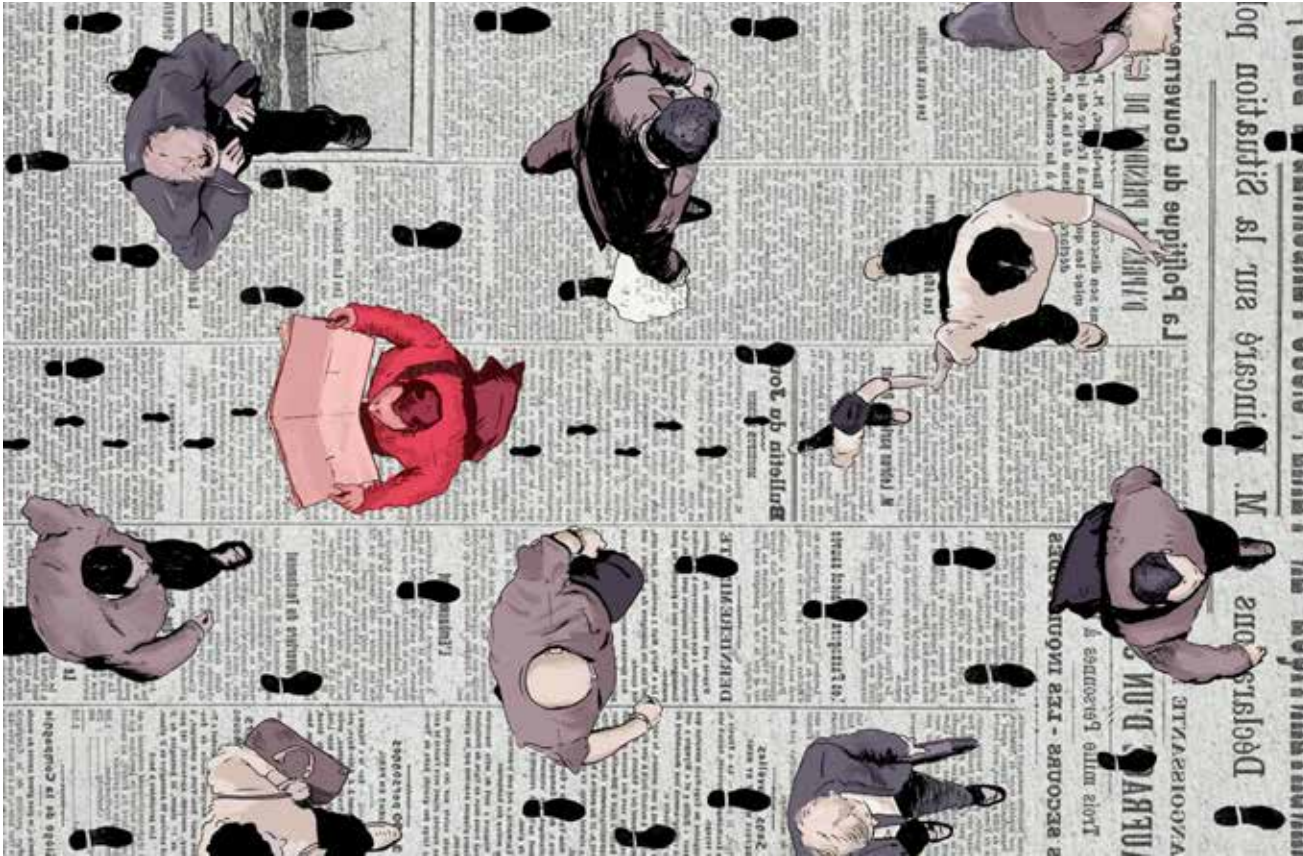
Genişbant verilerine bakıldığında, 13,4 milyonu sabit abone, 61,1 milyonu mobil abone olmak üzere



toplam yaklaşık 74,5 milyon genişbant internet abone sayısına ulaşıldı.

İnternet abone sayısı, geçen yıl sonu itibarıyla bir önceki yıla kıyasla %8,2 arttı. En yüksek artış %44,5’lik oranla “*Eve Kadar Fiber*” ile %12,7’lik oranla “*Kablo İnternet*” abone sayısında görüldü.

# Post-truth reporting: Fake news or perception management?



With the liberal world order on the path of a change and the new media on the rise, a new way of communication especially in media has started to rise dramatically.

American author Ralph Keyes observes that society has entered a post-truth era. Deception has become a defining characteristic of modern life, and is so pervasive that people are desensitized to its implications. He laments the fact that ambiguous statements containing a kernel of authenticity, but falling short of the truth, have become the currency of politicians, reporters, corporate executives, and other power-brokers.

Journalist Susan Glasser argues that journalism has come to reflect the realities of reporting in post-truth world, especially in America. Objective facts are subordinate to emotional appeals and personal beliefs in shaping public opinion. The public has difficulty distinguishing relevant news about weighty policy issues from the extraneous clamor that permeates the media. The work of investigative journalists has in some ways become more insightful and informed than in the past due to the vast resources available for researching stories, including greater access to government archives and big data analysis.

However, well-documented stories are obscured by the constant drone of repetitive, sensationalized trivia-bites that dominate old and new media. Reflecting on coverage of the last American presidential contest, Glasser states, *"The media scandal of 2016 isn't so much about what reporters fail to tell the American public; it's about what they did report on, and the fact that it didn't seem to matter."*

Evidence that Glasser's concerns are well-founded can be compiled by examining media content on

a daily basis. Post-truth media was prominent during the 2016 presidential election in the U.S. Media accounts of the election were infused with misinformation, baseless rumors, and outright lies. False stories and unverified factoids emanated from fabricated news sites as well as the social media accounts of the candidates and their surrogates. Republican nominee Donald Trump used his Twitter feed to push out sensational, unverified statements that would dominate the news agenda, a practice he maintained after assuming the presidency.

## Fake news stories in well-known networks

False news stories infiltrated reports by legacy media organizations as they relied heavily on digital sources for information. Cable news organizations like CNN and MSNBC amplified Trump's unfounded claims, such as his allegations that Muslims in New Jersey celebrated the fall of the World Trade Center on 9/11, even as they criticized their veracity.

The most extreme illustration of the concept of post-truth reporting is the rise of fake news. The definition of fake news has shifted over time, and continues to be fluid. Initially, the term *"fake news"* referred to news parodies and satire, such as *The Daily Show*, *The Colbert Report*, and *Weekend Update* on *Saturday Night Live*. During the 2016 U.S. presidential campaign, the concept of fake news was attached to fictitious stories made to appear as if they were real news articles. These stories were disseminated on websites that had the appearance of legitimate news platforms or blogs, such as *info wars*, *The Rightist*, and *National Report*.

Authors are paid—sometimes thousands of dollars—to write or record false information. Some of these authors are based in locations outside of the United States, including Russia. They make use of social media interactions and algorithms to disseminate content to specific ideological constituencies.

Fabricated stories are spread virally by social bots, automated software that replicates messages by masquerading as a person.

Objective facts are subordinate to emotional appeals and personal beliefs in shaping public opinion.

Fake news stories play to people's preexisting beliefs about political leaders, parties, organizations, and the mainstream news media. While some fake news stories are outright fabrications, others contain elements of truth that make them seem credible to audiences ensconced in echo chambers. Conspiracy theories, hoaxes, and lies were spread efficiently through Facebook, Snapchat, and other social media, and reached millions of voters.

## New media accommodating fake news

Conditions in the new media age have been ripe for the proliferation of fake news. The new media system has lifted many of the obstacles to producing and distributing news that were present in the previous mass media age. While vestiges of the digital divide persist, especially among lower-income families, barriers to new media access have been lowered. The cost of producing and distributing information on a wide scale have been reduced. The logistics and skills necessary to create content are less formidable.

According to the award-winning author and Canadian journalist Craig Silverman, who is believed to have coined the term *"fake news"* in 2014, fake news proliferates widely through social media, especially Facebook and Twitter. *"In fact, fake news stories are spread more widely on Facebook than factual mainstream media reports"* he adds.

Audiences are fooled and confused by fake news, which confounds basic facts about politics and government with fiction. A 2016 Pew Research Center report found that 64% of the American public found that made-up news created a great deal of confusion about the basic facts of current events, and an additional 24% believed fake news caused some confusion.

An alternative meaning of fake news emerged after the latest presidential election in U.S. At his first press conference as President-elect, Donald Trump appropriated the term *"fake news"* as a derogatory reference to the mainstream press. Pointing at CNN journalist Jim Acosta, who was attempting to ask a question, Trump exclaimed, *"You are fake news!"* Trump and his acolytes frequently employ the *"fake news"* moniker when attempting to delegitimize the legacy media, including *The New York Times* and *The Washington Post*, for reporting they consider to be unfavorable.



## Tarihe tanıklık mesleğidir gazetecilik

.....  
FUAT KOZLUKLU \*



**O**tuz yedi yılı geride bıraktığım tanıklıkta iletişimin bugün geldiği noktayı birkaç satırda özetlemek imkânsız. Yerelden ulusala ve uluslararasına uzanan küresel medya sisteminin okyanuslarındaki maratonumda, yazılı basından radyo ve televizyona kulaç atmışlığım, ilginç öyküm söz konusu. Bu nedenle 1980'lerde başlayan tarihe tanıklık maceramda cep telefonu ile internet çıktığından beri geleneksel gazeteciliğin ilke ve kuralları jet hızıyla değişti. Hatta basılı medyanın ölmeye başladığını söyleyenlerdenim.

Gazetelerin öncüleri olan haber mektuplarının görülmeye başladığı 13. yüzyılda değiliz. 17. yüzyılla birlikte görülmeye başlayan gazeteler artık can çekişiyor. Artık ücretsiz olan "cereyanlı gazete" çağındayız.

Gazeteler de kitaplar da tipo tekniği ile hazırlanırdı bundan onlarca yıl önce. Ben, elle kurşun harf dizilerek okura ulaştırılan gazete çağının son çocuklarındanım. Mesleği, kurşun satırları döken makineler ve onların bir yazar kadar dil bilgisine sahip değerli ustalarından öğrendim. Malatya'da Cevdet Barış ile Celal Yalvaç ve oğlu olan ilk hocam İsmet Yalvaç'ın "Görüş" gazetesinin matbaasında

üzerlerindeki bacalara rağmen makinelerin kurnalarındaki kurşun eriyiğinden çıkan dumanın ciğerleri yaktığını hissettiğim 1981'den söz ediyorum.

Tipo atölyesi içerisinde bulunan makinelerin listesinde neler vardı neler! Heidelberg maşalı baskı makinesi (1953), Brillant kesim makinesi (1951), Aybakar giyotin (1977), el pedalı baskı makinesi...

1950'lerden başlayarak 1980'lerin başına dek kullanılagelen basım teknikleri, kurşun harfler devrinin son çocuklarındanım. Tarihi tipo tekniği, elle kurşun harf dizimi, hurufat, metal klişeler ile baskı uygulamaları bugün müzelerde sergileniyor. O müzelerde, hepimizin hayatlarına, anılarına değen en az bir yön mutlaka var... Kurşun kokan zehirli havayı saatlerce soluduklarından çalışanlar yoğurt yerlerdi, sağlıklarını biraz olsun koruyabilmek için... Eriyikten dökülen kurşun satırlar hemen sertleşir, biraz soğuyup çapakları alındıktan sonra alt alta dizilirlerdi mürettepler tarafından.

Türkiye'de, 170 yıla yaklaşan basın tarihi içerisinde gazeteler 1985'ten itibaren bilgisayarlı teknolojiyle tanıştılar. Gazete sayfalarının bilgisayarda hazırlanıp yurdun çeşitli bölgelerindeki matbaalara modem hattıyla dakikalar içinde aktarılıp ofset basıldığı döneme adım atıldı. Ofset baskı gazete ismi, İngilizcedeki "Off-Set" kelime kalıbından Türkçeye geçmiştir. Ofset matbaa, belirli gramaja kadar kâğıt ve kâğıt benzeri materyal üzerine baskı yapılmasını sağlıyordu.

Bir fotoğrafın çekim sonrası gazetenin sayfalarına olan hazırlanma süreci saatler alırdı. Hele hele Türkiye'nin bir ucundan İstanbul merkezine fotoğraf ulaştırılması bir hatta bir buçuk günü alırdı. Şimdi ise akıllı telefonla saniyenin yarısı ışık hızı sürede fotoğrafı dünyanın herhangi bir

noktasına iletebiliyoruz. Büyüyen yeni nesiller için söylediklerim çok şey ifade etmeyecek belki ama o anılar, belleğimin derin dehlizlerinde uyuyor.

Dünyanın her yanından, anında yayın yapabilmek, yazabilmek, görüntü çekebilmek, tweet atabilmek özgürleştirici bir şey. Bu özgürlüğün beraberinde birçok sorunlarımız da var ama kaygı verici birçok yönü bulunmasına karşın değişimin önüne kimse set çekemez. En büyük kaygım; hızla tüketen, okumaya zaman ayırmayan bir nesil var yeryüzünde. Oysa dünyanın en zenginlerinden Bill Gates, sadece iki haftasını tümüyle kitap okumaya ayırdığını vurguluyor. Warren Buffet, zamanının yüzde 80'nini okumaya ayırdığını söylüyor. Kitapla zaman tüneline gireriz. Tarihin akışını değiştiren insanların öyküsüne götürür bizi kitaplar. Farklı coğrafyaların hayatlarında yolculuk yaparız.

Günümüz iletişim aygıtı internetten zihnini besleyenler her yönden büyük tehlikelerle karşı karşıya. Bugünün iletişim dünyasındaki kaygım bir hayli büyük. Sosyal medyada sörf yaparken, değişik dil ve kültürlerden hayatlarla karşılaşırken, film izlerken, şarkı dinlerken, bunu bize sunanlardan farklı olarak ne hazırlayacağız bizden sonrası için? Buna kafa yormalıyız.

İnternet iletişimiyle birlikte küresel köyde tüm sosyal, siyasal, kültürel ekonomik, psikolojik, ezcümle alışageldik tüm yaşam dinamiklerimiz alt üst oldu. Tanımlamakta zorlandığımız hatta çaresiz kaldığımız bambaşka bir yöne savrulmuş uçuyoruz!

Artık hiçbir şey dün gibi değil. Yaşayarak öğrenmekten ve yan etkilerden korunmak için neler yapabileceğimizi bir dizi kayıplarımızdan sonra oluşturmaktan başka seçeneğimiz yok gibi!

\* Gazeteci.

## Anti-Muslim hate moved mainstream in 2018, Council of Europe warns

Hate speech and xenophobia became major concerns no longer relegated to the margins of European politics in 2018, according to an expert commission of the Council of Europe.

An annual report recently published by the European Commission against Racism and Intolerance (ECRI) warned that public anxieties about global political and economic changes were increasingly being "exploited by those scapegoating migrants and minorities." The commission warned against populist initiatives that are aimed at "dividing societies," as well as ideologies that

presume an "incompatibility" between different ethnic, national or religious groups in society. "Not only were such views expressed by fringe politicians, but they increasingly gained footing within mainstream political parties and national governments," the ECRI said in a statement.

Hate against Muslims and foreigners spread to many parts of Europe in 2018, while anti-Semitism remained an ongoing problem, according to the ECRI report. The group also called on politicians



to proactively confront hate speech and do more to combat the spread of fake news.

The Council of Europe is based in Strasbourg and has a mandate to monitor human rights in its 47 member states. The ECRI is one of a number of committees that examine different aspects of human rights as part of the council's mandate.

# “Türkiye, dünyanın en özgürlükçü ülkesi”



Haber/Röportaj

Metin Mutanoğlu



**Haber/Röportaj: Muhammed Akaydın**  
**Fotoğraflar: Musa Alcan**

Metin Mutanoğlu, gazetecilik ve televizyon camiasının en önemli isimlerinden biri... Yıllardır birçok kurumda başarıyla hizmet etti. Aynı zamanda çok da iyi bir idareci... Şu anda Anadolu Ajansında Genel Müdür Yardımcısı ve Genel Yayın Yönetmeni olarak çalışmaktadır. Kendisiyle Ajans faaliyetlerinden günümüzdeki gazeteciliğe, yeni medyadan kitlesel medyaya, “fake news”ten algı yönetimine kadar birçok konuda konuştuk. Neticede ziyadesiyle istifade edeceğimiz bir röportaj çıktı karşımıza...

**Metin Bey, iletişim açısından bakıldığında “devletin resmî haber ajansı” olmak nasıl güçlükleri barındırıyor? Bu açıdan mesleki tarafsızlığı sağlamak ve beklentilere yanıt vermek için nasıl bir çalışma yürütülüyor?**

Öncelikle şunu düzeltmekte fayda var. Anadolu Ajansı; devletin resmî ajansı değil, bu Türkiye’de en çok bilinen yanlışlardan bir tanesi. Anadolu Ajansı, bir anonim şirket... Tıpkı diğer medya kuruluşları gibi burası da özel bir şirket olarak faaliyetine devam eden bir yer. Tabii şöyle bir özelliği var, bu şirketin devletle bir bağlantısı var. Bu bağlantı da devletin bu şirketin hissedarlarından biri olması... Bundan dolayı devletle bir temasımız var ama Anadolu Ajansı, devletin resmî haber ajansıdır gibi bir algı doğru değil. Bunu şöyle açıklayayım; Anadolu Ajansı, 1920 senesinde Atatürk tarafından kurulmuştur. Kurulduktan beş sene sonra yani 1925 senesinde, yine Atatürk tarafından şirketleştirilmiştir. Sebebi de Anadolu Ajansının editoryal bağımsızlığını sağlamak ve onu, bir uluslararası editoryal bağımsızlığı olan haber ajansları kategorisine çekmek, asıl hedef bu. Dolayısıyla Anadolu Ajansı, 1925’ten beri yani

94 yıldır ticarî bir anonim şirketi olarak çalışıyor. Öncelikle bunu belirtmek lazım...

Diğer taraftan doğal olarak bunun da bir sorumluluğu var; o da Anadolu Ajansının, millî bir haber ajansı olmasıdır. Ajansın ilk kurulduğu zamanki temel fikriyatı da Anadolu insanının fikrini dünyaya duyurmak, dünyada yaşanan gelişmeleri de Türkiye’ye, Anadolu insanına aktarmak. Anadolu Ajansı, bu vazifesini, değişik dönemlerde değişik sıkıntılar yaşasa da bu hizmet anlayışını devam ettiregelen bir kuruluş. Bizim şöyle bir sorumluluğumuz var; dünyayı çok iyi okumamız gerekiyor, Türkiye’yi çok iyi okumamız lazım ve bu iki dünyada yaşanan gelişmeleri iyi okuyup iyi şekilde aktarmamız lazım. Önce kendimizin iyi anlaması, sonra da karşı tarafa iyi anlatmamız lazım. Onun için dünyanın birçok yerinde büro açtık, zaten Türkiye’nin 81 ilinde büromuz var. Bazı ilçelerde büromuz var ama Türkiye’nin tamamında haber operasyonu yapan arkadaşlarımız var. Evinden çalışan var, ofisi kullanan var. Dünyada da 41 yerde büromuz var. Dolayısıyla hedefimiz, dünyada yaşanan gelişmeleri doğru bir şekilde Türkiye’ye aktarmak. Neden? Çünkü bize yüklenen



**Türkiye’yi çok iyi okumamız lazım ve bu iki dünyada yaşanan gelişmeleri iyi okuyup iyi şekilde aktarmamız lazım. Önce kendimizin iyi anlaması, sonra da karşı tarafa iyi anlatmamız lazım.**

sorumluluk, aynı zamanda Türkiye’de devleti yönetenlerin, kanaat önderlerinin, fikir sahiplerinin zihinlerinde bazı fikirlerin oluşması. Onun için doğru aktarmamız lazım. Bir ülkede yaşanan gelişmeleri eğer yarım anlatırsak ve aktarırsak o konuda yaşanacak hadiselerden de bir sorumluluk hissederiz. İşte böyle bir sorumluluk taşıyoruz...

**İletişim açısından son dönemin bir başka başlığı da “yeni medya”... Siz “yeni medya” fenomenine nasıl bakıyorsunuz? Ajans olarak bu fenomeni kullanmak için hangi planlamaları yapıyorsunuz?** Yeni medya meselesi, gelişen iletişim teknolojisiyle birlikte ortaya çıkmış yeni bir uygulama, yeni bir tarz. Bundan 20 sene önce böyle bir uygulama yoktu. Geleneksel medya yöntemlerini kullanıyorduk. O dönem, en yaygın şey televizyonlardı, gazetelerdi, bir de o dönem tek taraflı iş yapıyorduk. Gazete, tek başına bir haber yayımlıyordu ve bu okuyucuya gidiyordu. Şimdi artık haber etkileşimi çift taraflı olmaya başladı. Yani ben sana bu haberi vererek işimi bitiremiyorum. Senden tepki gelmeye başlıyor. Mesela diyorsun ki, bu haberde şu yanlış. Eskiden bunu bana ulaştıramazdın şimdi hemen ulaştırıyorsun... Dolayısıyla artık medya, interaktif bir döneme girmiş oldu, yeni medya ile birlikte... Ben bunu medyanın gelişmesi açısından çok hayırlı görüyorum çünkü iletişim, bilgiye ulaşma ne kadar kolayla, haberi anlama, dünyayı tanıma o kadar kolay olur bizim için... Elbette yeni medyada bilgi çöplüğü de var. Fakat eğer doğru gazetecilik yapılırsa, bilgi çöplüğünden doğru bilgi ayıklanırsa, bize daha önce hiç ulaşamadığımız bilgileri sunabilir. Biz de Anadolu Ajansı olarak buna çok önem veriyoruz. Sosyal medyayı, yeni medyayı çok iyi kullanmaya çalışıyoruz...

Türkçe servisimiz çok iyi, Arapça da öyle... Hatta Arapça servisimiz, dünyada en güvenilir ilk beş kaynak içerisinde yer alıyor. İngilizcede de çok iyiyiz, 1-2 yıl içerisinde dünyanın en iyi markaları arasına girmeyi hedefliyoruz. Bunların yanında

toplamda 13 dilde yayın yapıyoruz. 13 dilde de yeni medyayı çok iyi kullanmaya çalışıyoruz. Bu bizim için müthiş bir güç, Türkiye için büyük bir güç. Çünkü Türkiye'yi anlatıyoruz, Türkiye'nin olaylar karşısındaki duruşunu, tavrını dünyaya anlatıyoruz.

### Son dönemde dünya genelinde algı yönetimi ve "fake news" (yalan haber) tartışmaları artmış durumda. Siz bunu nasıl değerlendiriyorsunuz?

Az önce söylediğim gibi bir insan neden yalan haber yayınlar? Bunun birkaç tane sebebi var: Bu sebeplerden en önemlisi "çıkart"..." Bu çıkarları da kategorize edersek; siyasî çıkarlar, ekonomik çıkarlar, bölgesel çıkarlar, bireysel çıkarlar... Diğer bir sebep ise, bazı insanların ortalığı bulandırma, başka fikirleri insanların zihinlerine sokmak gibi ya da birilerini karalamak, kötülemek gibi bir hedefi var. Bu durum, yeni medya çıktıktan sonra daha da arttı. Eskiden bir haberin yayılma hızı çok yavaştı. Çok yavaş derken kendisine mecra bulamazdı ama şimdi öyle bir şey oldu ki Twitter'da, Facebook'ta birisi herhangi bir şey paylaştığında bir anda bütün dünyanın bunu konuştuğunu görebiliyoruz. Ve bunun bir süre sonra yalan olduğu da ortaya çıkabiliyor. Yayılma hızı, yeni gelişen iletişim teknolojileri ile daha da hızlandı. Asıl bundan dolayı bugün "fake news" meselesi, bizim meselemiz oldu. Biz mesela yılda iki üç kez uluslararası haber ajansları toplantılarına katılırız. Bütün haber ajans yöneticileri ile yaptığımız her toplantının ana konularından bir tanesidir bu; "Fake news ile nasıl mücadele edeceğiz?"...

### Ne çıkıyor peki oradan?

Buradan doğrulanma süreçleri çıkıyor. Bir olayı nasıl doğruluyoruz? Bu biraz, insanın, kendi hastalığını kendi üretip, kendi çaresini kendi bulması gibi bir şey... Hastalığı kendimiz ürettik, şimdi çareler bulmaya çalışıyoruz. Mesela bununla ilgili çalışan kurumlar oluştu. Bununla ilgili çalışan birtakım programlar oluştu. Mesela bir kuruluş diyor ki, "Bizimle çalışırsanız biz size haber doğrulama hizmeti vereceğiz." Siz onlara, tıpkı reklam ajansları gibi yıllık ücret ödüyorsunuz, onlar da sizin yerinize haberleri doğruluyorlar. Nasıl doğruluyorlar? Onun da yöntemleri çıktı. Mesela Usame bin Ladin'in Afganistan'da öldürüldüğüne dair bir haber paylaşılıyor, tabii herkes ilgi gösteriyor. Ya da bugün Putin'le Trump arasında bir görüşme, bir telefon görüşmesi olsa ve bu görüşmede de Trump, seçimlerde kendisine destek verdiği için Putin'e teşekkür etse... Böyle bir bilgi çıktığı an, bu, tüm dünyaya anında yayılıyor ve milyarlarca insan konuşmaya başlıyor. Mevzubahis kuruluş, hemen haberin çıktığı kaynağa gidiyor, o kaynağın lokasyon olarak nereden geldiğine bakıyor. Haberle gerçekten ilişkisi olup olmadığına bakıyor. Haberi paylaşan kişinin güvenilir olup olmadığına bakıyor. İşte bu tarz kuruluşlar, bu şekilde bir hizmet sunuyorlar.

Fakat şu bir gerçek; yeni medya düzeninde eğer gerçekten iyi, zeki, perde arkasında neler olup bittiğini anlamaya çalışan gazeteciler varsa, "fake news" dahi olsa, bilgi çöplüğü dahi olsa yeni medya, müthiş bir imkân sunuyor. Yeter ki oradan o bilgiler bulunup çıkarılabilsin.

Bu arada "fake news"ın şöyle bir kötü tarafı var; bazen yıkıcı oluyor, siz düzeltene kadar çok şey yıkılmış oluyor. O yüzden çok çabuk hareket etmek lazım. Bunu her zaman söylüyorum; bir yerde bir yalan haber yayınlandıysa ve bunu fark ettiyseniz

ve doğrusu da sizde varsa hemen yayınlayın... Yalanın hızına bir şekilde yetişmeniz lazım. Cılız bir mücadele bile olsa yayınlamanız lazım. Yalan haber çok daha hızlı yayılıyor. Çünkü yalan haberler çok daha ilgi çekici oluyor.

### Yakın zamanda ABD, İngiltere, Almanya ve Fransa'nın devlet televizyonları +90 adıyla Türkçe bir YouTube kanalı açtı. Yine İngiliz Independent markasıyla, Arap sermayeli Türkçe bir haber sitesi kuruldu. Bu devletlerin Türkiye'ye olan ilgisini neye bağlıyorsunuz? İyi niyetli mi sizce? Bunu "fake news" ve algı yönetimi tartışmaları ile birlikte değerlendirebilir misiniz?

Türkiye demokratik bir ülke, insanlar burada gelip kendi medya kuruluşlarını kurabiliyorlar, bu bence dünyaya örnek olması gereken bir şey. Biz Türkiye'yi eleştiriyoruz, basınla ilgili bazı sıkıntılar yaşıyoruz, evet. Ama şunu görmemiz lazım ki, mesela siz, başka ülkelerde kolay kolay bir yayın bir gazetecilik faaliyeti yapamazsınız. Mesela bir örnek vereyim; 5 sene önce Al Jazeera, Amerika'da, Al Jazeera Amerika diye bir kanal açtı. New York merkezinde bir yer tuttular, ciddi de yatırım yaptılar. Yüzlerce gazeteciyi istihdam ettiler. Normalde İngilizce yayın yapan bir kanalı var Al Jazeera'nin fakat bu kanalla sadece Amerika kıtasına mahsus bir yayın yapmak istiyorlardı. Fakat dünyanın en özgürlükçü ülkesi olarak bildiğimiz Amerika, Al Jazeera'ye öyle bir kaşı koydu ki televizyonların yayınlandığı platformlara bile almadılar, Muhabirlerin çalışmalarını engellediler. Al Jazeera de baskılara dayanamayıp kanalı kapattı. Bütün gazetecileri işten çıkardı, onca masraf da boşa gitti. Ama dünyanın özgürlükler merkezi yine Amerika... Basın özgürlüğü konusunda o kadar eleştirilen Türkiye, öyle değil ama... Burada Amerikalı da, Alman da, İngiliz de, Arap da hatta Afrikalı da gelip istediği yayını yapabiliyor. Birçok ülkenin televizyonları, medya kuruluşları, stüdyoları, gazeteleri var Türkiye'de. Yani böyle bir ortamda dünya mediasının herhangi bir faaliyet içerisinde bulunmasını aslında bir özgürlük olarak görmeleri gerekir. Bunu çok net olarak söylüyorum: Yaptıkları bütün yayınların içeriğine kimse karışmadan devam ediyorlar.

Söylemek istediğim şey şu; dünyanın en özgürlükçü merkezi Amerika bile kendisinde gördüğü özgürlük alanını başkalarına bırakmıyor. Bir örnek vereyim: Amerika'da bundan üç yıl önce Ferguson olayları vardı. Ajansa bağlı bir fotoğrafçı arkadaşımız, beyazların gösterisini çekerken polis tarafından şiddete uğradı. Kamerası yere atıldı, kırıldı; kendisi tartaklandı, yaralandı. Bunun üzerine biz konuyu gündeme getirdik, dava açtık Amerikalı polise. Yargı süreci devam ederken, Amerika'ya giden her görevli arkadaşımızı, Amerikan polisi her yerde saatlerce bekletiyordu. Ya da bir ikamet meselesi olduğunda yine aynı muameleyle karşılaşıyorduk. Biz tabii niye böyle oluyor diye düşünürken sonrasında bize açık açık dediler ki, "Davanızı geri çekin, yoksa sizi yaşatmayız burada!" Bunu Amerikan polisi yaptı bize... Biz bunu Amerikalı avukatımıza söyledik, bize dedi ki; "Size tavsiyem davanızı geri çekin!" Ve maalesef biz davamızı geri çekerek bu işlerden kurtulabildik.

Samimiyetle söylüyorum ki, etrafı savaşlarla çevrili bir coğrafyaya ve bütün krizlere rağmen şu an Türkiye, dünyanın en özgürlükçü ülkesi... Türkiye'deki Batılıların anlamadığı konu şu; Türkiye'de adam bir gazete çıkartıyor, gazetesinde



Metin Mutantoglu



**Türkiye demokratik bir ülke, insanlar burada gelip kendi medya kuruluşlarını kurabiliyorlar, bu bence dünyaya örnek olması gereken bir şey.**

mesela askerin şehit edildiği bir olayı bir kahramanlık olarak anlatıyor. Diyor ki, "Şurada 4 Türk askerini öldürdük!"... Ben bir gazeteciyim, gazeteciliğin bütün mesleklerde olduğu gibi kırmızı çizgileri var. Şiddet başladıysa gazetecilik biter, şiddete çağrı varsa gazetecilik olmaz orada. Ya gazetecisinizdir ya da değilsinizdir... Ya da militansınızdır. Eğer militansınız, militanca işler yapacaksınız, eğer şiddete çağırıyorsanız, burada insanlara kalkıp, "Ben gazeteciyim!" diyemezsiniz. Boynunuzdaki fotoğraf makinasıyla, cebinizdeki kartla bunu yapamazsınız. Eğer topluma şiddeti telkin ediyorsanız, insanlara şiddeti iyi gösteriyorsanız bunu bir yerde bir sınırı olması gerekir.

Bir hatıramı anlatayım size: İki sene önce Kanada'ya gitmiştik, orada bir kurumda Anadolu Ajansı olarak yaptıklarımızı anlatacaktık. Bulduğumuz ortamda Kanadalı gazeteci bir meslektaşımız, "Türkiye'de basın özgürlüğü sıkıntısı var." dedi. Ben de dedim ki size bir şey soracağım; "Sizce DEAS, Kanada'da bir gazete çıkarabilir mi?" "Olmaz!" dedi, "Olur mu öyle şey!" "Peki" dedim, "DEAS'la bir röportaj yapılabilir mi?" "Olmaz!" dedi. "Peki" dedim, "DEAS'la ilgili biri olumlu bir yazı yazabilir mi?" "Olmaz!" dedi. "Bakın" dedim, "Sizin teröristinize göre olmuyor ama iş bize gelince oluyor." Yani bizde adam askeri şehit ediyor, polisi şehit ediyor, şehirlere bombalar koyuyorlar... 2015'i hatırlayın... Bütün bunları yapıyorlar ama onlar terörist değil özgürlük savaşçısı oluyorlar. Tam da işte dünyanın çifte standartlaştığı yer burası... Bundan dolayı da maalesef kendilerine olan saygımızı yitirmiş durumdalar.

Yani bir Batılı gelip bize Türkiye'de özgürlükten bahsettiğinde kusura bakmasın ama komik oluyor.

# Kamu diplomasisi, komplo teorileri ve algı yönetimi ilişkisi



Kamu diplomasisi, dış politika aracı olarak Türkiye'nin gündemine 2007-2008 yıllarında girdi. Dünya üzerinde ise "kamu diplomasisi" konusunda yapılan araştırmalarda en önemli kaynakların ABD kökenli olduğu görülüyor.

Kırklareli Üniversitesi Kamu Diplomasisi Uygulama ve Araştırma Merkezi (KADAM) tarafından yayınlanan bir makale, kamu diplomasisinin tarihçesinin ABD'de 1965 yılına kadar gittiğini belirtiyor. Raporda, yabancı kaynaklara göre kamu diplomasisinin, "yabancı kamuoylarını etkileyerek, onların kendi karar vericileri üzerinde hedef ülke menfaatleri doğrultusunda karar vermeleri için baskı kurmalarını sağlamak üzerine kurulu bir stratejik iletişim yöntemidir." şeklinde tanımlandığı belirtiliyor.

Bu yöntemin, yabancı kamuoylarını etkileme ve yönlendirme üzerine kurulduğu aslında çok açık. Kamu diplomasisi, Türkçe kaynaklarda iç ve dış kamuoyunu yönlendirme mekanizması olarak da tanımlanıyor. Ancak "kamu diplomasisinin", iç kamuoyunu hedefleyen bir iletişim aracı olmaktan çok dışarıya yönelik bir faaliyet olduğunu belirtmek gerekli.

## Kamu diplomasisinin çalışma alanları ve ülkelere göre örnekler

KADAM tarafından yayımlanan makalede kamu diplomasisinin alanına giren konular şöyle sıralanıyor: "Yabancı basın mensuplarını hedefleyen enformasyon faaliyetleri, yabancı turistleri hedefleyen turizm ve tanıtma faaliyetleri, yabancı öğrencileri hedefleyen eğitim faaliyetleri, yabancı hedef kitle için hazırlanan televizyon, radyo ve internet yayınları, yardım faaliyetleri ve yabancı ülkelerde yaşayan Türk ya da akraba toplulukları örgütlemeye yönelik lobicilik faaliyetleri."

Yabancı kaynaklar tarandığında Avrupa Birliği (AB), İngiltere, Çin, Rusya, İran ve ABD'nin kamu diplomasisi konusuna oldukça önem verdikleri görülüyor. Örneğin AB, 1999 yılında euro lansmanı için kapsamlı bir çalışma yaparken, 2000'li yılların başında AB şüpheliği eğilimine karşı

da bazı programlar yürüttü. Birçok Avrupalı, AB fikrine alışkın olmadığından kamu diplomasisi faaliyetlerinin büyük önem kazandığını ve AB'nin bu çalışmalara büyük kaynak aktardığını belirtmek gerekli.

İngiliz kamu diplomasisi de ticaret, eğitim, kültür ve din gibi pek çok alana yayılmış durumda. İngiliz Dışişleri Bakanlığı diplomasi ayağını, "British Council" kültür ayağını ve "BBC World Service" ise medya ayağını yürütüyor. Bu üçü arasında da çok dengeli bir koordinasyon bulunuyor. İngiliz kamu diplomasisi, klasik diplomasi anlayışından farklı olarak, hedef ülkenin sivil toplum kuruluşlarını ön plana çıkartır. Yani İngiliz kamuoyu, hedef ülkenin kamuoyunu hedefler. KADAM'ın ilgili makalesinde bu durum, "Modern kamu diplomasisi anlayışı" olarak tanımlanıyor.

## Kamu diplomasisinde Çin, Rusya ve İran örnekleri

Çin Halk Cumhuriyeti de kamu diplomasisi konusunda oldukça öne çıkan ülkelerden birisi konumunda. Bu çerçevede de, kamu diplomasisine en fazla kaynak ayıran ülkelerden birisidir. Çin yönetiminin kendisini dünyaya olumlu yönde gösterme konusundaki faaliyetlerinin en önemli örneğini, 2008 Pekin Olimpiyatları oluşturur. Çin, bu faaliyetlerle barışçıl kalkınmakta olan güvenilir bir ülke imajı çizmeye çalışıyor. Bu yönde Çin sinemasının da bir hayli aktif olduğunu belirtmek gerekiyor.

Rusya ve İran ise yabancı dilde radyo ve televizyon kanallarıyla kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütüyor. İran, özellikle Al-Alam News Channel ile Arap Şii dünyasını hedef kitle olarak benimsemiş ve bölgedeki tüm Şii'leri bu yöntemle etkileme çabalarını sürdürürken, son dönemde kurulan Press TV, ülkeyi Batı'ya İngilizce olarak aktarmayı hedefliyor.

## ABD kamu diplomasisi ve komplo teorileri

KADAM tarafından yayımlanan makalede, ABD kamu diplomasisi anlayışının, enformasyon ve tanıtma faaliyetlerinin boyut değiştirmiş hâli olduğu belirtiliyor. Makalede, "ABD kamu diplomasisi

faaliyetleri, bilinen enformasyon ve tanıtma faaliyetlerinin yanı sıra çok çeşitli farklı argümanları da kullanmaktadır. Ancak ne yazık ki bu argümanlar, kanıtlanana kadar komplo teorisi boyutu dışına çıkamayacaktır." ifadeleri yer alıyor.

Komplo teorisi, bir olayın kamuoyu tarafından bilinen yönlerinden farklı ve bilinmeyen asıl yönlerinin olduğunun iddia edilmesi şeklinde tanımlanabilir. "Komplo teorisi" kavramı, Orta Doğu'da çokça duyulan bir ifade. Aslında, toplumsal bir olay anlamlandırılmadığında hemen komplo teorisi kurulup bu şekilde akıldakilere anlam kazandırılmaya çalışılıyor.

1990'lı yıllarda ABD'nin terör örgütü PKK'ya yardım ettiği hep bir komplo teorisi olarak dile getirildi. Çünkü bu, o gün için kanıtlanamıyordu. Ancak bugün ABD'nin, PKK-PYD-YPG terör örgütüne alenen yardım ettiği herkes tarafından biliniyor hatta YPG'nin bir başka terör örgütü DEAŞ ile mücadelede desteklediği, Washington yönetimi tarafından açıkça dile getiriliyor. Bu artık komplo teorisi olmaktan çıkmış durumda. Yine devletin



## Gazetesiz haber, kanalsız özel yayın!

ERSİN ÇELİK \*



Sosyal medyanın 15 Temmuz darbe girişiminin püskürtülmesindeki rolünü çalışıyorum bir süredir. Rol demenin yetersiz kaldığı noktalar var. Üzerinden 3 yıl geçmesine rağmen direnişinin, şanlı direnişin paylaşımları olduğu gibi duruyor sosyal medyada. Aynı şekilde darbe girişiminin “*dijital izleri*” de büyük ölçüde yerli yerinde ve eğer hâlâ arşivlenmediyse ya da bir araştırma dosyasına/tezine konu edilmediyse geleceğe taşınmayı bekliyorlar. Yazıya bir nevi hatırlatma ile başlamış olsam da konumuz “*bireyselleşen medya*” olduğu

için başlı başına bir tweetin neleri değiştirdiğini çokça gördüğümüz bir geceydi zaten 15 Temmuz. Meslektaşım ve çalışma arkadaşım Mustafa Cambaz’ın o gece Twitter hesabından “*Kalkışmayı yapanlar kalktıkları gibi oturamamalı. Hatta hiç oturamamalı!*” ve “*Başkomutan Erdoğan’ın isteği ve emriyle sokağa çıkıyoruz!*” paylaşımlarını yaptıktan sonra sokağa çıkıp

şehit olmuştu. Cambaz’ın ömrü hayatında paylaşmış olduğu son iki tweti “*sosyal medya ve direniş*” başlığı ile tez konusu bile yapılabilir.

Geçen sayıdaki yazıda özetle şunu söylemiştim; güç, medyadan okura geçiyor. Editörümüz Muhammed Akaydın bu meseleyi biraz daha açmamızı istedi. İletişim dünyası, 2000’lerin sonundan beri hemen her gün yeni bir dönüşüm yaşadı. Gazete sayfaları, dergi kapakları, televizyon ana haberleri, soluksuz izlenen diziler, yazı dizileri, özel söyleşiler, hafta sonu ekleri, talk şovlar ve de sabah programları... Bir yayıncılık ve iletişim kültürünün halkta önemli karşılığı olan başlıklardan ilk akla gelenleri sıraladım.

Gelişen iletişim araçları, değişen iletişim kültürü ve toplumsal davranış biçimleri ile birlikte 18. yüzyılın ikinci yarısından sonra toplumsal hareketlerde bir dönüşüm süreci gerçekleşti ve dönüşen toplumsal hareket repertuarı ile yeni iletişim araçlarının kullanımı da başladı. Bu araçlar, geleneksel medyanın sunduğu imkânları çok ileri boyutlara taşıyarak toplumsal hareketlerde örgütlenme yapılarını etkiledi ve etkilemeye de devam etmektedir (*Cansu Erkuzu, Yeni Medya Kullanımının Toplumsal Hareketlerde Oynadığı Rol, İstanbul Ticaret Üniversitesi, 2017*). Gençler, geride kalan kuşaklar gibi kitle iletişim araçlarının içerisine değil sosyal medya yönü ağır basan teknolojik gelişmeler dönemi içerisinde gelişim göstermişlerdir. Bu nedenler doğrultusunda gençlerin politik söylemlerini çekinmeden sosyal medya üzerinden paylaştıkları, kurdukları cümlelerde bulunan kelimelerin seçimlerinde çekince göstermedikleri ve eleştirel düşünme yeteneğini geliştirdikleri söylenebilmektedir.

\* Yeni Şafak İnternet Yazı İşleri Müdürü.

içerisinde çeşitli millî olmayan yapıların bulunduğu yönündeki komplo teorisi, FETÖ terör ve ihanet şebekesiyle gün yüzüne çıktı. Bugün gerçekliği ortaya çıkmış, bir zamanlar komplo teorisi olarak sınıflandırılan pek çok güncel örnek ortaya konulabilir.

Bu örneklerden yola çıkan KADAM’ın makalesinde, konu kamu diplomasisi açısından ele alınarak şu ifadeler kullanılıyor: “*ABD’nin Irak’ı işgal etmek için kullandığı, Irak’ta kitle imha silahlarının bulunduğu yönündeki kamu diplomasisi argümanlarına bütün dünyanın inanırılması, müdahale için gerekli ikna mekanizmalarının çalıştırılması ve neticesinde Irak’ın işgal edilmesi. Bugün, bu iddianın yalan olduğu ortaya çıkmış ancak olan olmuştur. Irak’ta*

*Türk askerinin kafasına çuval geçirilmesi hadisesinin ardından Türk toplumunda artan ABD karşıtlığını azaltmak amacıyla Türkiye lehine (Türkiye’nin ABD’ye galip geldiği) bazı kitapların yazdırıldığı, bazı sinema ve dizi filmlerin yaptırıldığı, bu kaynakların bir kamu diplomasisi argümanı olarak ABD tarafından Türk toplumu üzerine başarılı bir şekilde uygulandığı bir komplo teorisi. Ancak bu çalışmalardan sonra yapılan kamuoyu yoklamaları, Türkiye’de ABD karşıtlığının azaldığını ortaya koymuştur.”*

### Algı yönetimi üzerine örnekler

Bir uyarıcının duyu organları tarafından fark edilmesi algı olarak tanımlanırken, algı yönetimi ise, uyarıcının belirli bir amaç doğrultusunda algıyı yönlendirmesi için kullanılması durumu olarak adlandırılır.

Türkiye’de yakın tarihe bakıldığında, 2 Eylül 1980 yılında yapılan askerî darbe Türk Silahlı Kuvvetlerinin emir komuta zinciri içerisinde gerçekleştirdiği başarılı bir girişimdir. Sonrasında tüm siyasiler tutuklandı, yargılandı ve hüküm giyerek siyasetten men edildi. Ancak bu sürecin nasıl başarıya uğradığı ve hangi algılarla beslendiğine bir kez daha dikkat çekmek gerekli.

KADAM’ın makalesinde o dönem şöyle anlatılıyor: “*O dönemi yaşayanlar, her gün terör ve anarşi neticesinde yüzlerce insanın öldüğü, kimsenin güvenlik endişesiyle sokağa çıkmadığı ve askerlerin gelip kendilerini bu kötü durumdan kurtarması gerektiği algılarıyla beslenmiştir. Netice itibarıyla 15 Temmuz hain darbe girişiminde olduğu gibi kimse sokağa çıkmamış, silaha, tanka ve savaş uçağına karşı koymamıştır. Askerî yönetim tarafından 1982 yılında hazırlanan anayasa ise yüzde 91,4*

“*evet*” oyu olarak büyük bir kabul görmüştür. Darbe anayasasına toplumun bu denli teveccüh göstermesinin altında yatan algılar ise ayrıca incelenmelidir.”

Bugün gelişen teknoloji, algı yönetimini başka bir boyuta taşımış durumda. 1990’lı yıllarda ilk özel televizyonun kurulması ve özel radyo yayınlarının başlamasıyla yazılı kaynakların etkinliğinin zayıfladığı, görsel ve işitsel medyanın popüler hâle geldiğini hatırlatmak gerekiyor.

Teknolojinin gelişmesiyle değişen algı yönetimi tekniklerinin 28 Şubat sürecinde yoğun şekilde kullanıldığı artık biliniyor. Aczimendilerin zikir ayinleriyle başlayıp biten ana haber bültenleri, demokrasi ve cumhuriyetin elden gittiğine ilişkin yapılan haberler, Hizbullah tarafından işlenen cinayet serileri ve benzer bir dizi hadise, kamuoyunun algılarını belirli bir strateji ve plan dâhilinde yönetmekteydi.

İletişim teknolojilerinin gelişmesi kamu diplomasisi, stratejik iletişim ve algı yönetim tekniklerinin de gelişmesini sağladı. Kitle iletişim araçlarından yazılı, görsel ve işitsel basının egemen olduğu dönemler geride kaldı. Artık insanların sadece hedef kitle olarak sınırlı kalmadığı, bazen kaynak olarak da ön plana çıktığı, sosyal medyanın egemen olduğu yeni bir dönem yaşanıyor. Tüm iletişim stratejileri yeni medya düzeni doğrultusunda güncellendi ve bilimsel araştırmalar ön plana çıktı. Gelecek, çeşitli toplum mühendisliği uygulamalarının iletişim yöntem, strateji ve araçlarıyla uygulamaya koyulduğu ve bunlara karşı gelişen yeni kamu diplomasisi ve iletişim stratejisinin mücadelesine daha fazla sahne olacak.



## RÖPORTAJ

## Prof. Dr. Fahrettin Altun

“**Biz dünyanın neresinde bir mazlum varsa elini uzatan bir milletiz**”

”



Son bir yıl içerisinde Türkiye’de iletişim denilince akla ilk gelen isim, şüphesiz ki Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Prof. Dr. Fahrettin Altun’dur... Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi ile birlikte ihdas edilen Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, yeni sistemin en önde gelen kurumlarından biri oldu. Fahrettin Altun, göreve gelir gelmez birçok sorunla eş zamanlı olarak mücadele etmek zorunda kaldı. Bunların başında Kaşıkçı cinayetini sayabiliriz. Dünyanın birçok noktasından birçok kara propagandaya maruz kalan ülkemiz, Fahrettin Altun’un öncülüğündeki İletişim Başkanlığı sayesinde bunların üstesinden ustalıkla gelmeyi başardı. Altun, tüm bu devasa sorunlarla mücadele ederken, aynı zamanda yeni sistemi de kurguluyordu. Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan’ın çalışma temposunu bilmeyen yoktur. Cumhurbaşkanımızın en yakın çalışma arkadaşlarından biri olan Fahrettin Altun da bu çalışma temposuna rağmen röportaj talebimizi geri çevirmedi, kendisine minnettarım... Görevdeki 1 yılını dolduracak olan Fahrettin Altun’a Açık Medeniyet gazetesi olarak gündemdeki birçok önemli soruyu samimiyetle sorduk ve kendisi de samimiyetle cevap verdi.



Röportaj: Muhammed Akaydın  
Fotoğraflar: Mehmet Bayram



### Prof. Dr. Fahrettin Altun kimdir?

Prof. Dr. Fahrettin Altun, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan tarafından 25 Temmuz 2018'de Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı olarak atandı. Siyasal iletişim, medya ve iletişim sosyolojisi, siyaset sosyolojisi ve kültürel çalışmalar alanlarında araştırmaları bulunan Fahrettin Altun, 1976 yılında Almanya Stuttgart'ta doğdu. 1998 yılında İstanbul Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nden mezun olan Altun, yüksek lisans eğitimini Mimar Sinan Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nde, doktorasını ise "McLuhan ve Baudrillard'ın Medya Kuramlarının Karşılaştırılması Çözümlemesi" başlıklı teziyle 2006 yılında İstanbul Üniversitesinde tamamladı. Altun, 2002-2003 yılları arasında Utah Üniversitesi Siyaset Bilimi Bölümü'nde misafir araştırmacı olarak bulundu. İstanbul Şehir Üniversitesinin kurucu akademik kurulunda yer aldı ve İletişim Fakültesinin kurucu koordinatörlüğünü yaptı. Bu görevlerinin yanı sıra 2008-2014 yılları arasında İstanbul Şehir Üniversitesinde İletişim Bölüm Başkanlığı'nı ifa etti. Ardından 2015-2017 yılları arasında İstanbul

Medeniyet Üniversitesi Sosyoloji Bölümü'nde öğretim üyesi olarak görev aldı.

Prof. Dr. Fahrettin Altun, 2014-2018 yıllarında SETA İstanbul Genel Koordinatörlüğü ve SETA Genel Koordinatör Yardımcılığı'nı yürüttü. Bunun yanı sıra İbn Haldun Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanlığı görevinde bulundu. Aylık Kriter dergisinin Genel Yayın Yönetmenliğini üstlenen Altun, TRT 1'de Enine Boyuna ve TRT Haber'de Dışa Bakış adlı televizyon programlarına yorumcu olarak katkı sundu, Sabah ve Daily Sabah gazetelerinde köşe yazarlığı yaptı. Daha önce de TRT 2 ve TRT Haber'de yayımlanan Ayrıntı programını hazırlayıp sunan Fahrettin Altun, Yöneliş ve Küre adlı yayınevlerinde editörlük, Anlayış dergisinde yayın yönetmenliği ve Akşam gazetesinde köşe yazarlığı yaptı. Modernleşme Kuramı kitabının müellifi olan Altun, SETA yayınlarından çıkan "Milletin Zaferi: 15 Temmuz", "Terörün Kökenleri ve Terörle Mücadele Stratejisi", "Türkiye'de Basın Özgürlüğü: Mitler ve Gerçekler" ve "15 Temmuz'da Medya" kitaplarının yazarları arasında yer almıştır.



**"Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, tüm devlet kurumlarının iş birliği ve iletişim içerisinde olmasını gerektiren yeni Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminin en somut göstergelerinden biri."**

**Fahrettin Bey, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı gibi zor ve özellikle günümüzde yaşanan gelişmelerle sürekli göz önünde bulunan bir kurumu yönetiyorsunuz. Öncelikle neler yapıyor Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı? Bir çerçeveye çizmeniz mümkün mü?**

Türkiye olarak çetin bir coğrafyada bulunuyoruz. Diğer yandan küresel alanda da giderek sertleşen bir mücadele söz konusu... Varlık mücadelesi verdiğimiz bu ortam, zorluklarla birlikte hiç kuşkusuz önemli imkânlar da getiriyor. Somut olarak görüyoruz ki Türkiye, 2000'den itibaren bölgesinde etkin bir güç hâline geldi. Bu durum ülkemizin küresel alandaki konumunu önemli ölçüde belirledi. Bu noktada elde ettiğimiz kazanımlara güçlü devletimiz, dayanıklı ekonomimiz, dinamik beşerî sermayemiz ve bu dönem boyunca sahip olduğumuz güçlü liderlik çok önemli katkılar sundu.



**"Amacımızı; milletimizin sesini, devletimizin haklı mücadelesini bütün dünyaya duyurmak olarak tarif edebiliriz."**

İşte Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi, bu imkânların kurumsallaştırılması noktasında son derece önemli bir adım oldu. Bu sayede önümüzdeki meйдan okumalar karşısında devlet yönetimimiz daha etkin bir yapıya kavuşurken, kamu idaresinde hız ve performans, bir norm hâline aldı. Böyle bir ortamda iletişim hiç olmadığı kadar stratejik şekilde önem kazandı.

Bu ihtiyaca binaen yeni sistemde doğrudan Cumhurbaşkanlığına bağlı bir kurum olarak İletişim Başkanlığı ihdas edildi. Aslında Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, tüm devlet kurumlarının iş birliği ve iletişim içerisinde olmasını gerektiren yeni Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sisteminin en somut göstergelerinden biri.

Makro bir perspektifle devletin iletişim stratejisinin teşekkülü noktasında İletişim Başkanlığına önemli ödev ve yetkiler verildi. Başlıca fonksiyonlarımız arasında ulusal iletişim politikasını yürütmek, devletin iletişiminin koordinasyonunu sağlamak ve söylem birliğini tesis etmek, kamu kurum ve kuruluşlarının kamusal iletişim standartlarını belirlemek, kamu diplomasisi faaliyetlerini yürütmek, devletimiz ile milletimiz arasındaki ilişkiyi yönetmek, etkin ve nitelikli şekilde işleyen bir medya alanı oluşturmak bulunuyor.

**Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının odak noktasını nasıl belirlediniz, bu noktayı nasıl tarif edersiniz?**

Esasında her şeyden önce milletin, bayrağın, vatanın, devletin içeride ve dışarıda itibarının artırılmasına katkı sunmak istiyoruz. "Milletimizin sesini, devletimizin haklı mücadelesini bütün dünyaya duyurmak!" olarak tarif ettiğimiz amacımızın gerçekleşmesi için çok boyutlu ve çok paydaşlı çalışmalar yürütüyoruz. Devletimizin tüm kurumları, ulusal ve uluslararası medya, düşünce kuruluşları, dernekler ve özel sektör kuruluşlarıyla iç içe geçen iletişim ağları kuruyoruz. Bu birliktelikle ortaya çıkan sinerjiyi etkin bir şekilde yönetmek takdir edersiniz ki hem çok zor hem çok heyecan verici. Ayrıca biz bu süreci yalnızca siyasetle de sınırlandırmıyoruz. Çünkü ülke olarak bizim sadece siyasette değil akademi, sanat, kültür, spor ve daha pek çok alanda söyleyecek sözümüz var. Dolayısıyla biz de stratejik iletişimin bütün imkânlarını kullanarak her alanda ülkemizin nitelik-



**"Dünya Bilgi Toplumu Zirvesinde 18 kategoride toplam 1.064 adayın katılımıyla gerçekleştirilen ve 2 milyondan fazla oyun kullanıldığı yarışmada CİMER, 'Bilgiye Erişim' alanında 366 proje arasından 'En İyi Proje' olarak seçildi."**

li temsiline öncelik veriyoruz.

Aslında iletişim, çok geniş ve kapsayıcı bir alan. Bizim çalışma alanımızın ne kadar geniş olduğunu da buradan tahmin edebilirsiniz. Bu geniş alan içinde olabildiğince koordineli ve planlı faaliyetler yürütmeye çalışıyoruz. İletişim Başkanlığı olarak bakanlıklardan sivil toplum kuruluşlarına kadar tüm kurum ve paydaşlarla daha fazla etkileşim içinde olacağımız bir yapı kurduk. Bundan sonraki aşamada uygulama süreci içinde etkileşimi artırmaya, verimliliği yükseltmeye ve hem uzmanlık hem de birikim anlamında derinleşmeyi sağlamaya odaklanıyoruz.

**Sayın Başkanım, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı görevine atanmanızın ardından yaklaşık 1 yıl geçti. Geriye dönüp baktığımızda, bu 1 yıl içinde "çok iyi yaptık" ve "daha iyi olabilirdik" dediğiniz neler var? Gelecek projelerinizi de bu kapsamda paylaşır mısınız?**

25 Temmuz 2018'de Sayın Cumhurbaşkanımız tarafından Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı olarak atandığım günden bu yana önümüzde iletişim açısından yönetilmesi gereken hep sıcak ve büyük konular oldu. Bütün bu süreçleri Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı çatısı altında teşkilattan personele geniş bir yelpazedeki yeniden yapılanma çalışmalarıyla birlikte yürütmek zorunda kaldık. Bu iki süreci birlikte yürütmenin bile önemli olduğunu düşünüyorum. Açıkçası bu süreçte yürüttüğümüz faaliyetler daha önceki çalışmalarla birçok açıdan



Prof. Dr. Fahrettin Altun

”

**“Faaliyetlerimizi değerlendirirken, çoğu kez kurumsal kapasitemiz ile çalışma potansiyelimizi referans alıyoruz.”**

farklılaştığından kendi çalışmalarımızı kıyaslayabileceğimiz somut ölçütler bulmakta zorlanıyoruz. Bu sebeple faaliyetlerimizi değerlendirirken, çoğu kez kurumsal kapasitemiz ile çalışma potansiyelimizi referans alıyoruz.

İlk olarak, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı olarak birinci hizmet yılımızı proje alanında uluslararası bir ödülle kapatmanın mutluluğunu yaşadık. Bilindiği üzere, Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı uhdesinde çalışmalarını yürüten Cumhurbaşkanlığı İletişim Merkezi (CİMER), ana faaliyet alanlarımız arasında bulunan “devlet-toplum ilişkisini güçlendirmek” bağlamında çok önemli bir fonksiyon icra ediyor. Birleşmiş Milletler Uluslararası Telekomünikasyon Birliğinin Cenevre’de düzenlediği Dünya Bilgi Toplumu Zirvesinde 18 kategoride toplam 1.064 adayın katılımıyla gerçekleştirilen ve 2 milyondan fazla oyun kullanıldığı yarışmada CİMER, “Bilgiye Erişim” alanında 366 proje arasından “En İyi Proje” olarak seçildi.

Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi, gücünü doğrudan millet iradesinden alan bir sistem olduğundan biz de kurum olarak hazırlık aşamasındaki projelerimizin en önemli paydaşı olarak halkımızı belirledik. Buradan hareketle vatandaşların öneri ve fikirlerini ilgili kamu kurumlarına doğrudan aktarabilmeleri ve hayata geçirebilmeleri amacıyla, “Ülkem İçin Bir Fikrim Var” projesini başlattık. Çünkü biliyoruz ki aile ve arkadaş sohbetlerinde zikredilen, lise ve üniversite kantinlerinde konuşulan, çocukların temiz ve

berrak zihinlerinden geçen çok güzel fikirler var. 82 milyon zihnin aktif katılımıyla gerçekleşecek bir beyin fırtınası ile Türkiye’nin 2023, 2053 ve 2071 hedeflerine yürüyüşünü hızlandırılmak istiyoruz. Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemine geçilmesiyle daha etkin fonksiyon icra edecek şekilde yeniden yapılandırılan ve sayısı 16’ya indirilen bakanlıkların amblem ve logoları da Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının koordinasyonunda yürütülen çalışma sonucunda yenilendi. Yenilenen logolar, Cumhurbaşkanlığının kurumsal kimliğiyle bütünlüğe görünüm arz edecek şekilde tasarlandı. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı olarak tüm dünyada Türkiye markasını güçlendirmek vizyonu ve aktif kamu diplomasisi hedefiyle süreklilik arz eden birtakım faaliyetlere başladık. Yurt dışında önemli şehirlerde Bugünün Türkiye (Today Turkey) ve Türkiye Konuşmaları (Turkey Talks) panel serilerini düzenliyoruz. Son olarak önce Japonya’da, “Değişen Dünyada Türk Dış Politikası-Küresel Zorluklar ve Bölgesel Tehditlerle Mücadele” panelini; ardından Pekin’de, “Yeni Dönemde Türkiye ve Çin: İkili Perspektifle Küresel Zorluklarla Mücadele” panelini gerçekleştirdik. Gelecekle ilgili projeler sorunuza gelecek olursak; ülkemizin bir ulusal iletişim stratejisine ihtiyaç duyduğunu düşünüyoruz. Bu nedenle kolları sıvadık ve bahse konu stratejinin oluşturulabilmesi amacıyla gerekli çalışmaları başlattık. Ülkemizin ulusal iletişim stratejisine dair bir politika belgesinin oluşturulması ve hayata geçirilmesine katkı sunması amacıyla 10-11 Mayıs 2019 tarihleri arasında “Kamusal İletişimde Standartlar, Entegrasyon ve Koordinasyon Çalıştayı” düzenledik. Çalıştaya bütün bakanlıkların ve Cumhurbaşkanlığına bağlı başkanlıkların basın ve halkla ilişkiler müşavirleri ve yetkilileri katıldı. Oldukça verimli geçen çalıştayda ulusal iletişim stratejisinin yanı sıra bakanlıklar ve kamu kurumları için iletişim planlaması, kriz iletişiminde kurumlar arası koordinasyon ve kamu diplomasisi stratejisi gibi konuları ortak akıl toplantı yöntemi ile ele aldık. Bu vesile ile yakın bir gelecekte ülkemizin dünyadaki saygın konumuna uygun bir ulusal iletişim strateji belgesine sahip olacağımızı ifade etmek istiyorum.

”

**“Yakın bir gelecekte ülkemizin dünyadaki saygın konumuna uygun bir ulusal iletişim strateji belgesine sahip olacağımızı ifade etmek istiyorum.”**

Bildiğiniz üzere, Sayın Cumhurbaşkanımızın imzasıyla 1 Haziran 2019 tarihinde yayımlanan Cumhurbaşkanlığı Genelgesi ile 15 Temmuz Demokrasi ve Millî Birlik Günü anma etkinlikleri Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığının koordinasyonunda yürütülecek. Bu çerçevede; genel stratejinin oluşturulmasını, iletişimin etkin ve verimli bir şekilde yürütülmesi amacıyla iletişim kanallarının yaratılmasını, eş güdüm ve koordinasyonun tam anlamıyla işletilmesini sağlamak için Başkanlığımız bünyesinde bir çalışma ekibi oluşturuldu. Bu etkinliklerin 15 Temmuz ruhuna uygun bir şekilde gerçekleştirilebilmesi hem kamu kurumlarının kendi aralarında hem de sivil toplum örgütleri, medya ve üniversiteler arasında yakın bir iş birliği ve koordinasyonun sağlanmasına imkân verecek. Bu noktada ayrıca halkı bütünüyle kucaklayan etkinliklerin tasarlanmasına da gayret gösteriyoruz. Ekibimiz bu amaçla “15 Temmuz Demokrasi ve Millî Birlik Günü Anma Etkinlikleri Strateji Belgesi” hazırladı. 15 Temmuz etkinliklerinin eylem ve söylem stratejisini ayrı ayrı ele alan, yurt içi ve yurtdışı etkinlikleri farklı kategorilerde değerlendiren, ulusal ve uluslararası stratejileri ayrı başlıklar altında toplayan kapsamlı ve derinlikli bir metin olan strateji belgesi, paydaş kamu kurum ve kuruluşları ile STK temsilcileri ile paylaşılarak müzakere edildi. Böylece 15 Temmuz etkinlikleri bu yıldan itibaren Cumhurbaşkanlığımızın koordinasyonunda, başta İstanbul ve Ankara olmak üzere 81 vilayetimizde sahip olduğu ruha uygun bir şekilde gerçekleştirilecek. Aslında bunlar gibi daha birçok çalışma sayabiliriz. Kurumuza yüklenen sorumluluk ve beklenti doğrultusunda eksikliklerimizi tamamlayarak hep daha iyiye doğru gayret göstermeye devam ediyoruz.

Kısa süre önce verdiğiniz bir mülakatta, “İletişim, artık ‘olsa iyi olur’ değil ‘olmazsa olmaz’ kategorisinde yer alıyor. Türkiye’nin hedef kitleleri neredeyse artık tüm dünya” ifadelerini kullandınız. Bundan kastınız tam olarak neydi?

Başta da belirttiğim gibi, Türkiye çeşitli bölgesel krizler ve küresel zorluklarla mücadele ediyor. Hem sahada hem masada yürüttüğümüz mücadelenin ile-

”

**“İletişimi, yan alan değil esas hareket zemini olarak görmemiz icap ediyor.”**

”

**“15 Temmuz etkinlikleri bu yıldan itibaren Cumhurbaşkanlığımızın koordinesinde, başta İstanbul ve Ankara olmak üzere 81 vilayetimizde sahip olduğu ruha uygun bir şekilde gerçekleştirilecek.”**

tişiminin de kritik önemi haiz. Çünkü bu mücadelede, ülkemizin tezlerini ve iddialarını bütün dünyaya sağlıklı bir şekilde duyurması elzem hâle geldi. Bu nedenle en önemli fonksiyonlarımızdan biri olarak kamu diplomasisini görüyoruz. Bunun da 3 ayağı bulunuyor. Birincisi, bu noktada en fazla meşgul olduğumuz husus olan günlük iletişim akışının sağlıklı bir şekilde işletilmesi. Bir başka deyişle olan bitenin devletimizin perspektifinden dış kamuoyuna aktarılması. Gelişmeleri kara propagandaların gölgesinden çıkararak doğru bir şekilde formül edip dış kamuoyuna çok açık, net ve olduğu gibi anlatma noktasında yoğun bir gayret sarf ediyoruz. Esasen kamu diplomasisi bağlamında sadece İletişim Başkanlığımız değil birçok kurumumuzun da çabaları var. Bu anlamda ülkemiz adına giderek artan bir birikim de söz konusu.

İkinci sırada kısa, orta ve uzun vadede karşılıklı olan ve dış kamuoyunu etkilemeye dönük stratejik iletişim kampanyaları düzenlemek geliyor. Bu noktada yapılacak çok şey olduğunu ifade etmek durumundayım. Kamu diplomasisinin üçüncü ayağı olarak dış dünyada ülkemizin çıkarlarını savunan stratejik aktörlere yatırım yapmayı görüyoruz. Bu da lobi faaliyetlerinden öğrenci değişim ve burs programlarına kadar geniş bir yelpazeyi kapsıyor. Bu noktada uzun yıllardır önemli yatırımlar yapılsa da bunlar parçalı bir görünüm arz ediyor ve ciddi bir koordinasyon gerektiriyor. Bütün bunları bir araya getirdiğimizde iletişimi, yan alan değil esas hareket zemini olarak görmemiz icap ediyor.

”

**“Her platformda olayın takipçisi olacağımızı belirterek, Kaşıkçı cinayetinin üstünün örtülmesine izin vermeyeceğimizi dile getirdik. Ucu kime dokunursa dokunsun bu cinayetinin sorumlularından hesap sorulmasının uluslararası toplumun öncelikli görevi olduğunu hatırlattık.”**

Aslında göreve atanmanızın ardından tüm dünyayı etkileyen bir “Kaşıkçı Cinayeti” ile karşı karşıya kaldınız. Bu sürecin yönetilmesinde Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı nasıl bir rol oynadı? O dönemde, Türkiye’nin imajı yükseldi ve “Kaşıkçı Cinayeti” ile Türkiye’ye yönelik planlanan uluslararası “bir proje” boşa düşürüldü. Bunu nasıl sağladınız?

Cemal Kaşıkçı cinayeti işlendiği yer ve yaşanan vahşetin boyutu itibarıyla eşi benzeri görülmemiş bir olaydı. Aliya İzzetbegoviç’in Srebrenitsa Soykırımı için ifade ettiği, “*Aslına bakarsanız içinde yaşadığımız mekân ve çağdan dolayı bir katliam beklemiyorduk!*” sözlerini hatırlatırcasına böyle bir vahşetin dünyanın gözü önünde bu zaman diliminde işlenmesi akıl alır gibi değildi.

Olayın ilk anlarında bazı ülkelerin, yayın organlarının ve kuruluşların cinayetin üstünü örtme tutumları, şu an unutturma ve görmezden gelme olarak devam ediyor. Türkiye, en başından beri adaletin tesisi ve bu menfur cinayetin aydınlatılması için Cumhurbaşkanımızın kararlı duruşuyla tüm imkânlarını seferber etti. Her platformda olayın takipçisi olacağımızı belirterek, Kaşıkçı cinayetinin üstünün örtülmesine izin vermeyeceğimizi dile getirdik. Ucu kime dokunursa dokunsun bu cinayetinin sorumlularından hesap sorulmasının uluslararası toplumun öncelikli görevi olduğunu hatırlattık.

Olayın faturasını Türkiye’ye yıkma girişimlerini ve aleyhimize yürütülen kara propaganda faaliyetlerini bertaraf ettik. Bu süreçte Kaşıkçı cinayetine ilişkin elde edilen detaylar, diplomatik kanallar ve uluslararası medya aracılığıyla paylaşıldı. Sayın Cumhurbaşkanımızın yakın takibi, ilgili birimlerimizin gayreti ve yürüttüğümüz diplomatik çabalarla gerçeğin ortaya çıkmasına katkı sağladık. Bu sürecin iletişiminin koordinasyonu anlamında İletişim Başkanlığı da kritik bir fonksiyon icra etti. Biz dünyanın neresinde bir mazlum varsa elini uzatan bir milletiz. Adaletin sağlanması için çaba sarf eden bir devletiz. Bu duruşumuzdan uluslararası platformda da taviz vermedik, vermeyeceğiz. Türkiye olarak bu meseleyi gündemde tuttuk. Bugün geldiğimiz noktada BM Raporunda, “*Suudi Arabistan, diplomatik ayrıcalıkların istismarı ve kendi toprakları dışında güç kullanımı yasağını ihlal etmekten ötürü Türk hükümetinden özür dilemeli*” ifadesinin yer aldığını görüyoruz. Yani BM bizim tutumumuzu haklı buldu.

2006 yılında tamamladığınız doktora teziniz, “Medya Teorilerinin Karşılaştırılmalı Analizi” başlığını taşıyordu. Buradan yola çıkarsanız, günümüzde, tek kutupluluktan çok kutupluluğa doğru gidilen ve liberal dünya düzeninin etkisini yitirdiği bir dönemde, “iletişim” nasıl bir önem kazandı? Yani iletişiminin “algı” boyutu daha mı öne çıktı? Günümüz dünyasında gerek bireyler arası gerekse de devletlerarası iletişimin önem kazandığı bir gerçek. Örneğin bireyler arası iletişimin en yoğun yaşandığı sosyal medyanın yaygınlaşması, hem bireylerin siyasete katılımını sağlaması ve hem de fikirlerin özgürce ifade edilmesi açısından değerlidir.

Devletlerarası iletişimde ise çok kutupluluğa doğru gidişin etkileri görülüyor. Nitekim her devlet kendi çıkarlarını korumak, kendi bölgesinde ve uluslararası toplum içinde söz sahibi olmak için iletişimin algı boyutuna ağırlık veriyor. Devletlerin bu çalışmalarında, hem kamu diplomasisinin örneklerini hem de propagandayı ve algı operasyonlarını görmek müm-

”

**“Bireyler arası iletişimin en yoğun yaşandığı sosyal medyanın yaygınlaşması, hem bireylerin siyasete katılımını sağlaması ve hem de fikirlerin özgürce ifade edilmesi açısından değerlidir.”**

kün. Örneğin ülkemizdeki medyanın çeşitliliğine ve her siyasi görüşten gazetecinin fikrini özgürce ifade edebildiği bir ortamın olmasına rağmen, bazı devletler ve uluslararası kurumlar haksız biçimde bunun aksini iddia ederek Türkiye’de basın ve ifade özgürlüğünün olmadığını iddia ederek iletişimi ülkemiz üzerinde bir baskı aracı olarak kullanmaya çalışıyor.

**Bugün özellikle sahada yaşanan vesayet savaşlarının yanında bir “iletişim savaşı” yaşandığı da söylenebilir. Bu ifadeye katılır mısınız? Türkiye, bu iletişim savaşında nasıl bir strateji geliştiriyor ve özellikle bunun uygulamasında hangi adımlar planlanıyor?**



Prof. Dr. Fahrettin Altun

”

**“Suriye ekseninde Türkiye aleyhine yürütülen kara propaganda faaliyetleri pekâlâ bir iletişim savaşı olarak nitelendirilebilir. Biz sadece sahada mücadele vermiyoruz. Dezenformasyon ve manipülasyon içerikli bilgilerle de savaşıyoruz.”**

Söylediğiniz ifadeye katılmak elbette mümkün. Özellikle Suriye ekseninde Türkiye aleyhine yürütülen kara propaganda faaliyetleri pekâlâ bir iletişim savaşı olarak nitelendirilebilir. Biz sadece sahada mücadele vermiyoruz. Dezenformasyon ve manipülasyon içerikli bilgilerle de savaşıyoruz. Bu ortamda doğru iletişim stratejisinin kullanılması gitgide daha fazla önem kazanıyor.

Mevcut ortamda algı operasyonları ve uluslararası kamuoyunda yanlış kanaatlerin oluşturulmasına yönelik çabalar dikkat çekiyor. Kaşıkçı cinayeti örneğinde Türkiye'nin doğru bir iletişim stratejisiyle uluslararası medya ve kurumları harekete geçirebildiğini gördük. Türkiye'nin açık ve şeffaf şekilde yürüttüğü bu süreçte hakkımızda olumsuz algı yaratma çabaları başarısız oldu. Aslında içeride ve dışarıda her gün farklı ölçeklerde algı operasyonlarıyla mücadele ediyoruz. Önümüzdeki süreçte de Türkiye, gerçekleri şeffaf bir şekilde paylaşarak gerçek ile kamuoyu algısı arasındaki makasın açılmasını önlemeye devam edecek.

da küresel bir güce dönüşme mücadelesi veriyor. Türkiye'nin uluslararası alanda menfaatlerinin desteklenmesi gayesiyle Türkiye'nin tezlerini dinamik bir iletişim süreci yöneterek tüm dünyaya anlatmayı amaç edindik. Bunu gerçekleştirirken, ülkemizin savunduğu politikaları uluslararası kamuoyuna karşılıklı iletişim ve etkileşim temelinde bir strateji yürüterek anlatma gayretindeyiz.

Değişen dünya düzeninde medya, sivil toplum kuruluşları, kamuoyu ve uluslararası kuruluşlar gibi pek çok aktörün, karar alıcıları etkilediği aşikâr. Bu nedenle, yürüttüğümüz çok boyutlu iletişimde sivil toplum kuruluşları, araştırma merkezleri, kamuoyu araştırma şirketleri, basın, kanaat önderleri, üniversiteler, dernek ve vakıflar gibi devlet dışı sivil aktörlerin kullanılmasına da önem veriyoruz. Böylelikle, uluslararası kamuoyunda bahse konu meselelere ilişkin ülkemizi hedef alan negatif algı operasyonlarıyla çok yönlü mücadele ederek, kamu diplomasisi ve devlet-toplum ilişkilerindeki iletişimi yönetmeye ve etkin medya ilişkisi kurmayı sürdüreceğiz.

Sayın Cumhurbaşkanımızın başarılı bir şekilde yü-

”

**“Ülkemize karşı kasıtlı, haksız, yanlış ve manipülatif yayınlar yapanları bir kenara bırakacak olursak uluslararası medyayı da paydaşlarımızdan biri olarak görüyoruz.”**

cindeyiz. Çünkü devlet içerisindeki farklı söylemler dışarıdan sadece farklı fikirlerin ifadesi olarak değil aynı zamanda bir müdahale aracı olarak okunur. Çok yakın dönemde bile bunun olumsuz pek çok örneğini gördük. O nedenle devletin söylem birliğinin tesisi, ülkemizin dış müdahalelere karşı korunaklı hâle gelmesi açısından da önemli bir unsur.

Burada sadece mikro konularda kriz yönetimi değil süreç yönetimi de kritik. Bu nedenle de makro bir iletişim stratejisi çerçevesinde kamu kurum ve kuruluşlarının kamusal iletişim standartlarının belirlenmesi oldukça hayati. Biz, şu an bunun alt yapısını sağlam bir şekilde kurarak doğrudan ya da dolaylı saldırılara karşı hazırlıklı olmaya ve karşılık vermeye çalışıyoruz.

**Türkiye; yeni iletişim stratejisini, ağırlıklı olarak hangi kategoriye göre belirliyor? Türkiye karşıtı algı operasyonları, 11 Eylül saldırılarının ardından ortaya çıkan ve son dönemde artan İslam karşıtlığı, Orta Doğu'da sınırların yeniden çizilmesi için atılan adımlar, terörle mücadele ve kimlik çatışmalarına karşı Türkiye neler yapmalı?**

Türkiye; yeni iletişim stratejisini, ağırlıklı olarak devreye giren yeni öncelikleri dikkate alarak, proaktif bir anlayışla belirliyor. Bunun somut örneğini en son Sayın Cumhurbaşkanımız geçtiğimiz günlerde Japonya'da düzenlenen G20 Liderler Zirvesinde ortaya koydu. ABD Başkanı Donald Trump ile görüşmesinde Cumhurbaşkanımız, Türkiye'nin savunma amaçlı olarak S-400 füzelerini almak istediğini, dönemin ABD Başkanı Obama'nın söz verdiği hâlde Türkiye'ye Patriotları teslim etmemesi nedeniyle ülkemizin bu yolu seçtiğini yineledi. Bu noktada, Cumhurbaşkanımız önceliğinin savunma hakkı olduğunu belirterek, ülkemize ABD tarafından uygulanması muhtemel yaptırımlara karşı proaktif bir tutum sergiledi.

Türkiye'ye karşı algı operasyonu yürütülen konulara, doğru ve objektif bir açıdan bakıldığında esasında bambaşka bir tablo olduğunu onlar da biliyor. Dünya kamuoyunda Türkiye'ye desteğin artırılması amacıyla FETÖ ve PKK'ya karşı yürüttüğümüz mücadelenin ülkemiz için bir beka sorunu olduğunu ve bunu başarılı bir şekilde tamamlamamız gerektiğini tüm imkânlarımızla ortaya koymak durumundayız. Dünya kamuoyunda ülkemize ilişkin olgu ile algının örtüşmesini sağlamalıyız.

Türkiye; her platformda terörün her türüyle, İslam karşıtlığıyla küresel düzeyde mücadele edilmediği takdirde, dünya barışının büyük tehditlerle karşı karşıya kalmaya devam edeceğini ifade etti ve buna da devam ediyor. Orta Doğu'da sınırların yeniden çizilmesi için atılan adımlar konusunda ulusla-



Prof. Dr. Fahrettin Altun

”

**“Devletin söylem birliğinin tesisi, ülkemizin dış müdahalelere karşı korunaklı hâle gelmesi açısından da önemli bir unsur.”**

**Bu çerçevede Türkiye'nin ve dolayısıyla Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı olarak sizin ve ekibinizin yakın gelecekte karşı karşıya kalacağı sorunları, “Türk-Amerikan ilişkileri, S-400 ve F-35 krizi ile Suriye ve İran özelinde yaşanacak gelişmeler” olarak saymak mümkün. Çok boyutlu bir iletişim stratejisini nasıl sağlayacaksınız?**

Bölgesel bir güç olan ülkemiz, şu an bir yandan

rüttüğü lider diplomasisi, zaten başlı başına ülkemizin iletişim alanındaki en önemli kozlarından biri. Cumhurbaşkanımızın şahsî kanaatlerinin ve perspektifinin uluslararası kamuoyuyla paylaşılması noktasında daha yaygın bir çalışmayla Türkiye'nin tezlerini açıkça ortaya koymaya devam edeceğiz.

**Makro bir iletişim stratejinin içinde uygulanacak mikro iletişim stratejilerini nasıl belirliyorsunuz? Örneğin, dünya genelindeki çıkar gruplarıyla kurulacak iletişimi hangi kriterlere göre belirliyorsunuz? Bugün için, Türkiye'nin karşı karşıya olduğu doğrudan ve dolaylı saldırılara yönelik olarak “sıfırdan” yapılandırılması gereken iletişim stratejileri mevcut mu?**

Türkiye, makro iletişim stratejisini kendi millî çıkarlarına göre oluşturuyor. Bu noktada devletin söylem birliğinin tesisinin bizim için olmazsa olmaz bir fonksiyonu bulunuyor. Bunu sadece kendimizi doğru anlatmak için değil ülkemizi, dış politikamızı, ekonomimizi dış müdahalelere karşı korunaklı kılmak için de yapmak zorunda olduğumuzun bilin-

rarası platformlarda gerekli ikazlarda ve girişimlerde bulunmaya devam edeceğiz. Ulusal güvenliğimizde yönelik tehditlere karşı kararlılıkla mücadele ederken, bölgede yeni insanî krizlerin yaşanmaması için hassasiyetle bütün diplomasi kanallarını kullanmayı sürdüreceğiz.

**Sayın Başkanım, Türkiye'ye karşı yürütülen algı operasyonlarının büyük bölümü uluslararası medya aracılığıyla organize ediliyor. Bu çerçevede uluslararası medya ile ilişkilerin geliştirilmesi için nasıl projeleriniz var? Makro ölçekli stratejinin yanı sıra mikro ölçekli projeler düşünüyor musunuz?**

Türkiye'de faaliyet gösteren uluslararası medya mensuplarının akreditasyonları da Başkanlığımız tarafından yapılıyor. Bu sebeple zaten temas hâlinde olduğumuz yabancı basın mensuplarıyla ilişkilerimizi güçlendirecek adımlar atıyoruz. Ülkemize karşı kasıtlı, haksız, yanlış ve manipülatif yayınlar yapanları bir kenara bırakacak olursak uluslararası medyayı da paydaşlarımızdan biri olarak görüyoruz. Gerek Cumhurbaşkanımızın gerek diğer ilgili yöneticilerimizin gerekli olduğunda mesajlarının uluslararası medya üzerinden paylaşılmasına aracılık ediyoruz. Ancak kasıtlı olarak yalan ve yanlış bilgilerle ülkemizi karalama çalışmalarına da taviz vermemiz mümkün değildir.

**İç kamuoyuna yönelik olarak, "Ülkem için Bir Fikrim Var" çalışması başlattınız. Nasıl ilgi gördü bu proje? Benzer projelere ilişkin olarak çalışmalarınız nasıl ilerliyor?**

Bizim temel amaçlarımızdan bir tanesi millet-devlet ilişkisinin bağlamını derinleştirmek ve geliştirmek. Bu proje, Türkiye'nin ilerleyişinin her birimizin tecrübesi, düşüncesi, aklı ve vicdanı ile gerçekleşeceği olan inancımız sonucu ortaya çıktı. Milletimiz, artık gerek cep telefonlarından gerekse bilgisayarlarından anında bize ve dolayısıyla Cumhurbaşkanlığı sistemini oluşturan devletim tüm üst kademelerine doğrudan ulaşabiliyor ve fikrini paylaşabiliyor. Fikirler; yerel, ulusal, uluslararası çerçevede olabildiği gibi tüm çalışma alanlarını da kapsıyor. Yani konu ve etki alanı bakımından hiçbir kısıtlamamız yok. Düşünsenize, Türkiye'nin herhangi bir şehirden, il-

”

**“Ülkem İçin Bir Fikrim Var' projesi, Türkiye'nin ilerleyişinin her birimizin tecrübesi, düşüncesi, aklı ve vicdanı ile gerçekleşeceğine olan inancımız sonucu ortaya çıktı. Düşünsenize, Türkiye'nin herhangi bir şehirden, ilçesinden ya da köyünden bir vatandaşımız tespit ettiği, gözlemlediği ya da tecrübe ettiği bir konuda devletimize fikir verebiliyor.”**

çesinden ya da köyünden bir vatandaşımız tespit ettiği, gözlemlediği ya da tecrübe ettiği bir konuda devletimize fikir verebiliyor.

Sorunuza gelecek olursak, proje muazzam bir ilgi gördü. İlk 24 saat içinde 81 ilimizin tamamından ve yurt dışında yaşayan vatandaşlarımızdan, sisteme 4 bin 500'den fazla fikir geldi. Ben, bu proje ile ilgili ilk çağırımı yaparken, "2019'u 82 milyon ülkesi için beyin fırtınası yaptığı bir yıl olarak hayal ediyorum." ifadesini kullanmıştım ve bugün itibarıyla tarafımıza ulaşan fikir sayısı 35 bini aştı. Bunların tamamı ön değerlendirmeye tabi tutuldu ve ilgili bakanlıklarımıza ve kurumlarımıza gönderildi. Tabii orada daha detaylı bir değerlendirme yapılıyor ve dolayısıyla süreç biraz daha uzun. Hangi fikirlerin hayata geçirileceği ile ilgili kurumlarımızla koordineli bir şekilde çalışmalarımız sürüyor. İnşallah kısa bir süre içerisinde de uygulamaya dökülecek fikirlerin bir kısmını milletimizle paylaşacağız.

Projeler konusunda başkanlığımızın çok farklı çalışmaları var. İletişim; hayatın merkezinde, her düzeyde ve alanda ilerliyor. Dolayısıyla, iç kamuoyuna, dış kamuoyuna, karar alıcılara, fikir önderlerine ve daha pek çok farklı kitleye özgü, iletişimin kendi dinamikleri ve felsefesi içinde projeler yapıyoruz. Her bir projeyi ve çalışmayı "bütünlüklü iletişim stratejimizin" bir parçası olarak düşünürsek, sonuç, "Türkiye markasını güçlendirmek" olarak nitelediğimiz vizyonumuza ulaşmamızı sağlayacak yapı taşlarını oluşturuyor.

**İletişimde "kamu diplomasisinin" önemi yıllardır konuşulur. Sizce kamu diplomasisi alanında Türkiye, hak ettiği yerde bulunuyor mu? Kamu diplomasisinin kurumsallaştırılması için neler planlıyorsunuz?**

Öncelikle Türkiye, kamu diplomasisinin önemini farkında ve yıllardır bu alanda çalışmalarını artırmış durumda. Bu konuda Türkiye, dünyanın sayılı ülkeleri arasında yerini aldı. Geldiğimiz noktada, kamu diplomasisi konusunda bir "Türkiye markasından" söz etmek pekâlâ mümkün. Başkanlık olarak Türkiye'nin kamu diplomasisinde hak ettiği yere gelmesi için bütünlüklü bir iletişim stratejisiyle, koordineli bir şekilde kurumlar arasında söylem birliğini ve tek sesliliği hâkim kılmak için çalışmalar yürütüyoruz. Kamu diplomasisinin kurumsallaşması açısından, "Kamu Diplomasisi Strateji Belgesi", "Kamu Diplomasisi Koordinasyon Kurulu" ve "Türkiye Markasının Dünyada Ölçülmesi" üzerine çalışmalar gerçekleştiriyoruz.

Kurumsallaşma açısından Başkanlığımızın doğrudan kamu diplomasisi faaliyetlerine örnek vermek gerekirse, yuvarlak masa toplantıları, sosyal medya ve diğer mecralarda farkındalık çalışmaları, ülkemizin menfaatleri doğrultusunda koordinasyon toplantıları düzenliyoruz. Bunun yanı sıra az önce bahsettiğim gibi, çeşitli ülkelerde Türkiye'yi anlattığımız "Turkey Today" ve "Turkey Talks" panelleri de bu çalışmaların bir parçası. Bu paneller için gittiğimiz ülkelerde medya, akademi, sivil toplum ve düşünce kuruluşu temsilcilerinin yoğun ilgisiyle karşılaşıyoruz. Bu kapsamdaki çalışmalarımızı belirlediğimiz hedef ülkelerde yoğunlaştırarak devam ettireceğiz.

**Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı olarak atanmanızdan kısa bir süre sonra Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan ile yoğun mesai içine girdiniz. Bu mesai sürecini nasıl yönetiyorsunuz? Sayın Cumhurbaşkanının mesai temposunun yoğunluğu, zaman yönetimini de hatasız yürütmeniz ge-**



Prof. Dr. Fahrettin Altun

”

**“Her bir projeyi ve çalışmayı 'bütünlüklü iletişim stratejimizin' bir parçası olarak düşünürsek, sonuç, 'Türkiye markasını güçlendirmek' olarak nitelediğimiz vizyonumuza ulaşmamızı sağlayacak yapı taşlarını oluşturuyor.”**

**rekliliğini doğuruyor. Sayın Cumhurbaşkanının bu mesai sürecinde İletişim Başkanlığından beklentileri neler?**

İletişim Başkanlığı, yeni kurulan Cumhurbaşkanlığı sistemi içerisinde özel bir konuma sahip.

Cumhurbaşkanımızın en yakın çalıştığı kurumlarımız başta olmak üzere kamunun tüm kurum ve kuruluşları ile temas hâlindeyiz. Tepeden tırnağa devletin tüm iletişim stratejisinin belirlenmesi, koordinasyonu ve çıktılarının ölçülmesi bizim başkanlığımızın sorumluluğunda. Sizin de belirttiğiniz üzere bu devasa bir iş yükü anlamına geliyor.

Başkanlığımız teşkilatı bünyesinde devam eden çalışmalar; ilgili ve bağlı kurumlar, yürüttüğümüz projeler ve Sayın Cumhurbaşkanımızın anlık talimatları çerçevesinde gelişen olağanüstü dinamik bir gündemimiz var. "İş mi yoksa kendine zaman ayırmak mı?" gibi bir seçim artık hayatımızda pek yok. Gündemdeki soru daima şu: "Bekleyen bunca iş arasından sıra hangisinde?"

Kendisine karşı sorumlu olduğumuz makam; devletimizin en üst, en önemli ve en saygın makamı. Dolayısıyla hata ve gecikme kaldırmayan bir çalışma düzeninden bahsediyoruz. Tabii ki bu düzen, zaman zaman aile ve evlat hasreti pahasına da olsa, çok ince hesaplarla hazırlanan, bir dakikayı bile israf etmeyen bir takvim doğrultusunda icra ediliyor. Bu tempodaki yegâne dayanağımız Sayın Cumhurbaşkanımızın Neşet Ertaş ustadan mühlhem düsturu: "Aşk ile koşan yorulmaz!"

Ülkemizin geçtiği bu kritik süreçlerde Sayın Cumhurbaşkanımızın üzerindeki yükten bir dirhem alabiliyorsak ne mutlu bize!

# The new media's role in politics



The new media environment is dynamic and continues to develop in novel, sometimes unanticipated, ways that have serious consequences for democratic governance and politics. New media have radically altered the way that government institutions operate, the way that political leaders communicate, the manner in which elections are contested, and citizen engagement.

The article written by Diana Owen from Georgetown University, which addresses the evolution of new media, has important points about how that phenomenon effects communication and its consequences for political life.

According to Owen, new political media are forms of communication that facilitate the production, dissemination, and exchange of political content on platforms and within networks that accommodate interaction and collaboration. They have evolved rapidly over the past three decades, and continue to develop in novel, sometimes-unanticipated ways. New media have wide-ranging implications for democratic governance and political practices. They have radically altered the ways in which government institutions operate and political leaders communicate. They have transformed the political media system, and redefined the role of journalists. They have redefined the way elections are contested, and how citizens engage in politics.

## New media is continually expanding

The rise of new media has complicated the political media system. Legacy media consisting of established mass media institutions that predate the Internet, such as newspapers, radio shows, and television news programs, coexist with new media that are the outgrowth of technological innovation. While legacy media maintain relatively stable formats, the litany of new media, which includes websites, blogs, video-sharing platforms, digital apps, and social media, are continually expanding in innovative ways.

Owen suggests that mass media designed to deliver general interest news to broad audiences have been joined by niche sources that narrowcast to discrete users. New media can relay information directly to individuals without the intervention of editorial or institutional gatekeepers, which are intrinsic to legacy forms. Thus, new media have introduced an increased level of instability and unpredictability into the political communication process.

*"The relationship between legacy media and new media is symbiotic," says Owen and adds; "Legacy media have incorporated new media into their reporting strategies. They distribute material across an array of old and new communication platforms. They rely on new media sources to meet the ever-increasing demand for content. Despite competition from new media, the audiences for traditional media remain robust, even if they are not as formidable as in the past."*

According to Owen's point of view, new media rely on their legacy counterparts like cable and network television news, to gain legitimacy and popularize their content.

The diversity of content disseminated by new media has created opportunities such as the ability for more voices to be heard.

New media have the potential to satisfy textbook functions. They provide unprecedented access to information, and can reach even disinterested audience members through personalized, peer-to-peer channels, like Facebook. As average people join forces with the established press to perform the watchdog role, public officials are subject to greater scrutiny. Issues and events that might be outside the purview of mainstream journalists can be brought into prominence by ordinary citizens. It explicitly seeks to directly engage the public in political activities, such as voting, contacting public officials, volunteering in their communities, and taking part in protest movements.

At the same time, the new media era has exacerbated trends that undercut the ideal aims of a democratic press. The media disseminate a tremendous amount of political content, but much of the material is trivial, unreliable, and polarizing. The watchdog role pre-new media had been performed largely by trained journalists who, under the best of circumstances, focused on uncovering the facts surrounding serious political transgressions.

## The evolution of new media and its role in politics

New media emerged in the late 1980s when entertainment platforms, like talk radio, television talk shows, and tabloid newspapers, took on prominent political roles and gave rise to the infotainment genre. Infotainment obscures the lines between news and entertainment, and privileges sensational, scandal-driven stories over hard news. Owen argues that politicians turned to new media to circumvent the mainstream press' control over the news agenda. The infotainment emphasis of new media at this early stage offered political leaders and candidates a friendlier venue for presenting themselves to the public than did hard news outlets

Owen believes that during the 1992 presidential election, Democratic candidate Bill Clinton's appearance on Arsenio Hall's television talk show wearing sunglasses and playing the saxophone, created a warm, personal image that set the tone for his campaign. The fusing of politics and entertainment attracted audiences that typically had been disinterested in public affairs. It also prompted the ascendance of celebrity politicians, and set the stage for a "reality TV" president like Donald Trump decades later.

However, new media's authentic populist potential was undercut by the fact that the new political media system evolved haphazardly, with no guiding principles or goals. It was heavily dominated by commercial interests and those already holding privileged positions in politics and the news industry. Public enthusiasm eventually gave way to ambivalence and cynicism, especially as the novelty of the first phase of new media wore off.

The next phase in the development of new media unfolded in conjunction with the application of emerging digital communications technologies to politics that made possible entirely new outlets and content delivery systems.

## Providing political information

The complexities of the new media system are reflected in the diversity of available content. The information distributed via the vast communications network runs the gamut from fact-based, investigative reporting from professional journalists to brash fabrications or "alternative facts".

In the new media era, the boundaries that separate these disparate types of information have become increasingly muddled. Professional media editors who regulate the flow of information by applying news principles and standards associated with the public good have become scarce. They have been replaced by social media and analytics editors whose

primary motivation is to draw users to content regardless of its news value. Audience members have to work hard to distinguish fact from fiction, and to differentiate what matters from what is inconsequential.

A number of explanations can be offered for the shift in the quality and quantity of political information. The technological affordances of new media allow content to propagate seemingly without limits. Social media have a dramatically different structure than previous media platforms. Content can be relayed with no significant third-party filtering, fact-checking, or editorial judgement. Individuals lacking prior journalism training or reputation can reach many users at lightning fast speed. Messages multiply as they are shared across news platforms and via personal social networking accounts

As Owen underlines, the economic incentives underpinning new media companies, such as Google, Facebook, and Twitter, are predicated on attracting large audiences that will draw advertising revenue. Political content is used to drive consumers to social media products, rather than to perform the public service function of informing the citizenry.

Some scholars argue that new media are closing the gap between distant journalists and the mass public by giving voice to those who have felt left out. The Tea Party, a conservative political movement in U.S. that focused around issues about taxation and the national debt is a good example for his argument. The party used social networks for political mobilization in the 2010 midterm elections and it's candidates employed social media to reshape public discourse around the campaign.

New media have both expanded and undercut the traditional roles of the press. According to Owen, they have vastly increased the potential for political information to reach even the most disinterested citizens. They enable the creation of digital public squares where opinions can be openly shared. They have created new avenues for engagement that allow the public to connect in new ways with government, and to contribute to the flow of political information. Owen concludes her article with a warning; the rise of new media and post-truth society has made for a precarious situation that subverts their beneficial aspects. Presently, it appears as if there are few effective checks on the rising tide of false information. Substituting scandal coverage for serious investigative journalism has weakened the press' watchdog role."



## Teknolojideki hızlı dönüşüm yeni bir alan ortaya çıkardı: Dijital diplomasi

Klasik uluslararası sistem, egemenlik, jeopolitik gibi kavramlar üzerinden okunur ve yorumlanır. Ancak teknolojiye yaşanan hızlı dönüşüm ve sosyal medyanın gelişimi, artık hiyerarşinin yok sayıldığı bir platformda diplomasinin yürütülmesinin yolunu açmış durumda. 7/24 işleyen bu güce verilen isim ise; dijital diplomasi. Kimileri bu kavramı siber diplomasi ya da sosyal medya diplomasisi olarak da tanımlıyor. Günümüzde sosyal medya araçları arasında politik amaçla en sık kullanılan mecranın Twitter olduğu gerçeğinden yola çıkarak bu yeni diplomasi türü için "Twiplomacy" tanımı bile geliştirildi.

Dijital diplomasi, dış politika sorunlarını internet yoluyla çözme yöntemi. İletişim dünyası ile diplomasinin birbirinden ayırt edilemez şekilde konumlandığı günümüz dünyasında klasik diplomasinin farklı bir ortamda uygulanması demek olan dijital diplomasi sayesinde, web aracılığıyla yeni ve dikkate değer yollarla dinlemek, yayınlamak, etkileşime geçmek ve değerlendirmek mümkün hâle geliyor.

Dijital diplomasi, Facebook ve Twitter başta olmak üzere sosyal ağların zihinleri ve gönülleri kazanmakta kullanılmasını tanımlıyor. Dünyaya yön veren devletler artık dış politikalarını oluştururken sosyal medya ve sanal dünyayı da göz önünde bulundurarak buna uygun sanal diplomasi ve stratejiler geliştiriyor. Dünya liderleri artık sosyal medyada attıkları bir mesaj ile borsaları altüst edebilmekte, küçük ve orta düzey ülkeleri istedikleri yönde hareket ettirebilmekte ve farklı davranış sergileme yoluna giden ülkeleri de savaş çıkarmanın eşğine getirebilmekte.

### Trump ve dijital diplomasi

Teknolojinin imkânlarını siyasetle buluşturup yeni bir tür diplomasi anlayışı inşa eden (ya da kimi uluslararası ilişkiler uzmanlara göre diplomasinin sonunu getiren) kişilerden biri de ABD Başkanı Donald Trump. Trump'ın göreve geldiği günden bu yana sosyal medyada paylaştığı mesajlar, hem iç politika hem de dış politikayı istediği gibi yönlendirmesinin yolunu açtı. Dünyada siyaseti, diplomasiyi sanal mecraya en çok taşıyan kişi kuşkusuz Donald Trump. Yüzyıllara dayanan uluslararası ilişkiler ve diplomasi geleneğine aykırı tutumuyla, dünyanın keyfini kaçırın ama bir o kadar konuşulan Trump, Beyaz Saray'a gelmeden önce günde ortalama 10-11 tweet atıyordu. Ancak Trump, görevdeki ilk yılında 2 bin 548 tweet attı. Tweet sayısı günde 6 ila 7'ye düşse de; pozisyonu gereği yazdıkları artık dünya dengelerini değiştirir niteliğe büründü. Öyle ki ABD Dışişleri Bakanı Mike Pompeo bile gazetecilerin, "Daha ne kadar görevinize devam edeceksiniz?" sorusuna, "Trump, bir tweet ile beni işten atana dek!" diye yanıt veriyor.

Dijital diplomasi, Trump'ın son dönemde giderek gerilen ABD-İran ilişkilerinde de aynı yolu kullanmasıyla daha fazla gündemde. Trump'ın



Hürmüz Boğazında gerilimin tırmanması sırasında attığı, "Eğer İran savaşmak istiyorsa bu İran'ın resmen sonu olur. Bir daha asla ABD'yi tehdit etme!" şeklindeki mesaj bunun en akılda kalanı. Trump, dijital diplomasiye sarılınca, hedefteki ülkeler de aynı şekilde yanıt vermeye başladı. İran Dışişleri Bakanı Cevad Zari'ın, "İskender ve Cengiz Han'ın yapamadığını sen mi yapacaksın, İran bin yıldır ayakta!" şeklinde sosyal medyadan ABD Başkanına yanıt vermesi ve Trump'ın danışman ekibini bataklığa benzetmesi, bunun en iyi örneği.

### Yeni siyasal iletişim "trendi" dünyaya yayıldı

Dünyadaki dijital diplomasi kullanımındaki artış Trump ile sınırlı değil. Almanya Başbakanı Angela Merkel, sosyal medyaya yansıyan açıklamasında, "İran'la varılan nükleer anlaşmanın zayıf yanları olduğunu ancak korunması gerektiğini" belirtmesi, aynı zamanda Trump'ın anlaşmadan çekilmesinin Almanya-ABD ve Avrupa-ABD ilişkilerinde bir değişikliğin işareti olduğu şeklindeki mesajı, yeni iletişim türünün ne kadar yaygınlaştığını gösteriyor.

Fransa Avrupa ve Dışişleri Bakanı Jean-Yves Le Drian'ın sosyal medyaya yansıyan ve Filistin ve İsrail arasında yaşanan şiddet olaylarına dikkat çekerek, "Orta Doğu'daki durum patlamaya hazır, diyalogun yerini şiddet aldı, savaş çıkabilir. ABD'yle Kudüs'ün başkent olması ve İran anlaşmasının iptal edilmesi konusunda aynı fikirde değiliz. ABD, iki konuda da yalnız başına hareket etmiştir." ifadelerini yeni trendin nasıl yaygınlaştığının göstergesi.

Artık dünya siyasetçileri görüldüğü üzere sosyal medya aracılığıyla ve çoğu zaman filtre ve kontrol mekanizmalarından geçmeyen şekilde kendi mesajlarını vermeye başladı. Ancak bu, bir riski de beraberinde getiriyor. Dijital diplomasi ile dünyayı ve Türkiye'nin çevresini dizayn etmeye çalışanlar uluslararası hukuktan, uluslararası kaosa doğru bir gidişin yolunu da açıyor.

# Is Western media coverage of Turkey's election biased?



Turkey leaves its local elections behind, covered by national and global media outlets. But the question "does Western media understand local dynamics?" still remains.

As the election results rolled in Istanbul, watching the Turkish media coverage, one could not help but be immediately struck by how fiercely competitive the campaign turned out to be. The significance of the results for the political future of Turkey remains to be seen and will no doubt be debated intensively by pundits and party loyalists for the foreseeable future.

With all the flaws that inherently accompany all political systems around the world, it is difficult to understand how elections can be seen as anything other than a demonstration of a vibrant political culture and an exemplary exercise in democracy.

As Michael Arnold, the deputy researcher at the TRT World Research Centre puts it; politics in many places around the world are a complicated affair and have a tendency to bring deeply held and often contentious beliefs to the fore. "This is particularly true in a country like Turkey, which continues to face difficult political and security challenges unknown to most in the West," he added.

According to Arnold, if one were to rely solely on Western mainstream media for their framing of the elections in Turkey, there is a good chance that the casual observer would walk away with the perception

Michael Arnold



that Turks are living under a dictatorship with zero tolerance towards any form of political opposition. In fact, a study of media coverage of the 2018 presidential and parliamentary elections in Turkey revealed that the "dictatorship frame" was presented in 56 percent of the articles sampled. The results of the March 31st elections, let alone those of the general elections held last June, clearly fly in the face of this framing.

## Politics are a messy game

Arnold stated that by all accounts, the stakes for the local elections were unusually high. Facing economic uncertainty exacerbated by external pressures and a highly unstable geopolitical environment, the results of the elections were seen by many inside and outside of Turkey as a bellwether for the future political direction of the country.

"In high-stakes elections around the world, competitors maneuver in ways that they believe will give them the most advantage. This is as true for the United States, Canada and the UK just as it is for Turkey. However, for reasons that go beyond an ostensible concern for democracy, anything and everything in Turkey is microscopically examined in a way that it isn't elsewhere, and, as if that were not enough, the lens that is used is one that seems to assume that the government somehow represents an inherent threat to the democratic process," Arnold added.

Arnold argues that politics is a messy game and at the eve of the local elections in Turkey, Turkish

media coverage about certain events were framed as part of government plot to undermine the main opposition, rather than taking it for what it would be taken for in any other democracy.

Arnold said, "The fact that such an occurrence, not uncommon in the course of a high-stakes political game, was taken as evidence that the government is controlling Turkish media is indicative of level of hysteria that has dominated reporting of Turkey particularly since the failed coup attempt of July 15th, 2016." "Anyone who spends even a marginal amount of time in Turkey and is keen observer of political dynamics here knows that such claims are an erroneous oversimplification at best," Arnold added.

Post-election coverage has been dominated by a perspective that seeks to frame the elections as a major defeat to Turkish President Recep Tayyip Erdoğan. But as Arnold put it, this claim by the Western media outlets is far from a "major defeat", because the AK Party and its allies received over 50 percent of the vote nation-wide.

Furthermore, the fact that the AK Party made significant gains in Kurdish dominated areas in the country's southeast has also been treated as insignificant largely because it does not fit the narrative of Kurdish oppression that has been so prevalent in Western media.

"Western media coverage of the local elections in Turkey has been minimal as compared to the presidential and parliamentary elections held last summer, however, the often hysterical tone and oversimplified narrative remains apparent," Arnold said.

## 15 Temmuz'da yabancı medya kuruluşlarının rolü

İBRAHİM ALTAY \*



Zaman zaman, hem de kendi meslektaşlarımızdan, uluslararası medya kuruluşlarının ne kadar adil, dengeli ve özgür gazetecilik yaptığını dair övgüler dinliyoruz. Bu meslektaşlarımız hayranlıkla takip ettikleri bu medya kuruluşlarının Türkiye'ye girişini de, bir kurtarıcıyı bekler gibi bekliyor ve destekliyorlar. O kadar ki bu televizyon ve gazeteler ülkeye at arabasıyla girmiş olsalardı muhtemelen atları çözüp kendilerini arabaya koşarlardı.

Bu meslektaşlarımızın görmedikleri, göremedikleri, görmek istemedikleri ya da bilakis görüp istedikleri şey pek çok "özgür" ve "tarafsız" yabancı medya kuruluşunun mevzu Türkiye olduğunda gazetecilik yapmayı bırakıp birer propaganda aparatına dönüştüğü gerçeği. Dünyaya ihraç etmeye çalıştıkları ve evrensel olduğunu iddia ettikleri etik değerlerin bir anda anlamını kaybettiği gerçeği. Örnek isteyenler için 15 Temmuz darbe girişimi gecesine ve hemen sonrasındaki günlere gidelim.

Teröristler köprüleri kapatmıştı, halk sokaklardaydı. Bu sırada New York Times sosyal medyadaki takipçilerine günler önce yazılmış bir makaleyi hatırlattı. Erdoğanfobi'nin bariz bir örneği olan bu makalenin başlığı şöyleydi: "Türk lider Erdoğan yeni düşmanlar ediniyor ve eski dostlarını çileden çıkarıyor."

Ne kadar da müthiş bir zamanlama değil mi?! Demokrasiyi ortadan kaldırmaya çalışan, insanları öldüren ve yaralayan bir terör saldırısına nasıl da zarifçe destek veriyor bir medya kuruluşu.

Bir başkası, yani Telegraph, David Blair'in, "Türk ordusunun Türkiye'de laikliğin garantisi olduğunu" iddia eden açıklamalarının altını çizerek destekliyor bu işgal girişimini. Pervasızca!

Fox News'e geçelim. Ralph Peters adlı emekli bir askeri bulup hemen kendisiyle röportaj yapmış. Şöyle diyor bu şahıs: "Darbe başarılı olursa İslamcılar kaybedecek, biz kazanacağız." Darbe bizim son umudumuz, sözlerini manşete çıkarıyor dünyanın demokratik bir ülkesinde yayın faaliyeti yapan ve bize demokrasi dersi vermeyi görev edinmiş bir yabancı medya kuruluşu! Şaşırıyor muyuz?

Newsweek koroya katılmakta geç kalmıyor. Olaylar henüz sıcaklığını korurken yeminli Türkiye düşmanı Michael Rubin adlı bir kişinin eski bir yazısını paylaşıyor okurlarıyla. 24 Mart tarihli yazının konusu, "Türkiye'de bir darbenin neden ihtimal dâhilinde" olduğu. Bu makalenin yazarı boş durmuyor, hemen o gece New York Post için yeni bir makale kaleme alıyor ve okurları, "Türkiye'deki darbenin ashında iyi bir şey olabileceğine" ikna etmeye çalışıyor.

Vox daha da ileri giderek darbe girişimi nedeniyle Erdoğan'ı suçluyor.

Katil sürüsü sokakları kana bularken bu medya kuruluşu darbeci teröristlerin PR kampanyasını üstleniyor adeta. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın demokrasi ve laiklik için bir tehdit olduğu iftirasını işliyor haberlerinde.

Türkiye karşıtı koronun diğer üyeleri uydurma haberler dâhil pek çok yöntemi caiz görüyorlar o gece. Daily Beast, Sunday Express, Washington Post gibi diğer misyon gazeteleri Erdoğan'ın kaçtığına, Almanya'ya iltica etmeye çalıştığına dair asparagas haberler yayıyorlar.

Türk halkı dünya tarihinde eşine az rastlanır bir biçimde tanklara göğsünü siper edince yabancı medyanın öfke okları bu kez de o kahraman insanlara yöneliyor. Sanki darbeciler değil de darbeyi bastırınlar suçludur. New York Times bu insanları, "çeteler" olarak tanımlıyor ve kamu

güvenliğine tehdit olarak gösteriyor. Aynı gazete Türkiye ile alakalı haberini sosyal medyadan, "Erdoğan takipçileri koyun gibidir; o ne derse yaparlar" cümlesini turnak içine alarak duyuruyor. Oysa haberde böyle bir cümle geçmemektedir.

BBC yayınına çıkan bir 'uzman' dalga geçer bir biçimde 'başarılı bir darbenin nasıl yapılması gerektiğini' açıklayıp akıl veriyor. Birkaç gün sonra aynı BBC'nin bir muhabirinin 'hükümet aleyhinde konuşacak kimseyi bulamamaktan' yakından ve 'muhalif' arayan maili sızıyor sosyal medyaya.

Gerçekler Independent'ı hoşnut etmemiş olmalı ki darbenin bir tiyatro olabileceğine dair komplo teorilerini yayımlamakta bir beis görmüyor. Pek çok medya kuruluşu Türkiye'nin Suriyelileşme yolunda olduğuna, iç savaşın kapıda olduğuna dair imalar yapıp durdular.

Yabancı medya kuruluşları cılız sesler dışında darbenin meşruiyetini tartışmak ve Türk demokrasisine destek vermek şöyle dursun; darbecilerin yayın organı gibi davranıyorlar. Hâlen de öyle yapmaya devam ediyorlar. Darbecilerin yargılanmasını ve darbeye destek verenlerin işlerini kaybetmiş olmasını 251 insanın şehit olmasından daha büyük bir sorun olarak görüyorlar. Peki, sizce bunu hangi meslek ahlakıyla yapıyorlar?

15 Temmuz'un büyük kaybedenlerinden biri de bu medya kuruluşları oldu. Bu gerçeği görmemiz lazım. Mevzu Türkiye ve insanları olduğunda ne kadar sahtekâr, ikiyüzlü ve acımasız olabilecekleri gerçeğini unutmamalıyız.

15 Temmuz, Türk medyasının yabancı medya ile kurduğu ilişkiyi sorgulamasını ve değiştirmesini gerektiriyor. Bu medya kuruluşlarının haberlerine şüpheyle yaklaşmamız ve on yıllardır süregelen "bağımlı" ya da "muhtaç" ilişki biçiminden bir an önce kurtulmamız gerekiyor. Gerek "iç", gerekse "dış" haberler konusunda.

Meslek standartları, etik değerler ve bölgesel haberler konusunda bu medya kuruluşlarına referans verirken 15 Temmuz gerçeğini aklımızdan çıkarmamalıyız.

\* Daily Sabah Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni.

## "86% of internet users admit falling for fake news"

86% of internet users have been duped by fake news —most of it spread on Facebook— according to a latest global survey recently published. Respondents said they want both governments and social media companies to crack down on these activities, which are contributing to a growing distrust of the internet as well as negatively impacting economies and political discourse. The United States took the lion's share of the blame for spreading fake news, followed by Russia and China, according to the annual Ipsos

survey of more than 25,000 internet users in 25 countries. Fake news appeared to be most prevalent on Facebook, but also appears on YouTube, blogs and Twitter, the pollsters found. The survey results showed people in Egypt were the most gullible while respondents in Pakistan were the most skeptical. The results also revealed widespread distrust of social media companies and growing concerns over online privacy and biases baked into algorithms used by internet companies. The poll — which relied on both

in-person and online interviews — was conducted between December 21, 2018 and February 10, 2019 on behalf of the Centre for International Governance Innovation (CIGI). "This year's survey of global attitudes not only underscores the fragility of the internet, but also netizens' growing discomfort with social media and the power these corporations wield over their daily lives," CIGI's Fen Osler Hampson said in a statement.



# “Yalan haber” demokrasi için en büyük tehdit hâline geldi



“Yalan haber”, iletişim ve basın hayatımıza girdiği andan itibaren çeşitli boyutlarıyla hep gündemde oldu ve propaganda etkinlikleriyle birlikte kullanıldı. Toplum bugün “yalan habere” belki de hiç olmadığı kadar fazla maruz kalıyor. Bunda medyanın olduğu kadar, teknolojinin gelişmesiyle birlikte bireylerin çok daha fazla kullandığı sosyal medyanın da büyük payı var.

Siyasal İletişim Uzmanı Profesör Carsten Reinemann’a göre internet üzerinden giderek daha fazla yayılan “yalan haberler” demokrasiler için büyük bir tehdit oluşturuyor. Medyanın eskiden kamuya neyin yansıyor neyin yansımadağını belirleme gücüne sahip olduğunu belirten Reinemann, “bugün ise her internet kullanıcısı, yalan haberleri yarı kamusal ya da tam kamusal alanda dolaşıma sokma yetkisine sahip. Bu son derece basit ve kurnaz bir iş hâline geldi.” ifadelerini kullanıyor. Reinemann’a göre ikinci fark ise, internette ve sosyal ağlarda var olan herkesin, haberlerin yayılma sürecinde birer halka olması. Bilgi, böylece kitlesel medyanın dışında son derece hızlı şekilde yayılabilir.

## “Yalan haber 2016’da fenomen oldu”

“Yalan haber” özellikle Donald Trump’ın ABD başkanlık seçimi kampanya sürecinde çokça kullandığı bir ifadeydi. Benzer şekilde Brexit kampanyasında da aynı şeyler yaşandı. Reinemann’a göre 2016 yılından bu yana internette sayısız söylenti ve komplo teorisi dolaşıma girdi ve bunlar git gide görünür hâle geldi. Yalan haberin, gerçeğin algılanmasındaki toplumsal konsensüsü kırılanlaştırma potansiyeline sahip olduğunu belirten Reinemann, “Bazı insanların gerçek saydıkları şeyler diğer insanların saydıklarından farklı olduğundan ötürü, bu insanlar tamamıyla farklı bir hakikatte yaşıyorlar. Ki bu durum demokratik karar verme sürecinde sorun yaratabilir.” diye konuşuyor.

“Yalan haberin” demokrasi için büyük bir tehdit oluşturduğuna dikkat çeken Reinemann, “Mülteci suçluluğunun yoğun biçimde arttığına bir grup eminken, diğer grup durumun böyle olmadığı görüşündeyse, gerçeğin ne olduğuna dair anlaşma sağlanamadığından ötürü siyasî karar alma süreci çöker. Nitekim bu, demokrasi için devasa bir sorundur.” ifadelerini kullanıyor.

Tabii burada “yalan haberlere” insanların neden inanma eğiliminde olduğu sorusunun da yanıtlanması gerekiyor. Psikoloji eğitimi de alan Profesör Reinemann, insanların kendi görüşleriyle örtüşen sözleri ve insanları daha güvenilir algılama eğiliminde olduklarına vurgu yaparak, “Bunların gerçekte öyle olup olmadığı hiç de önemli rol oynamıyor. Bana inandığım şeyin yanlış olduğu birkaç kez gösterildiğinde ise görüşümün değişmesi mümkün. Ama çoğu durumda bunlar kendi görüşümü daha da kuvvetlendiriyor. Bu ilk bakışta tuhaf bir fenomen gibi gözüküyor ama bunun benim kişisel görüşümün arka planıyla bir ilgisi var, bilgileri tarafsız biçimde algılayıp algılamadığımla ise hiçbir ilgisi yok.” diyor.

## Meydan okuma tepkisi ve yalan haber

“Yalan haberlere” inanmanın arkasında aslında bir tür meydan okuma tepkisi var. Bunu doğrulayan Reinemann, bu durumun daha sonra farklı sonuçlar doğurabilecek bir tepki olduğuna da dikkat çekiyor ve şöyle devam ediyor:

“Yanlış düşündüğümü söyleyen kişinin güvenilirliğini sorgulamam olası. Örneğin istatistikler söz konusu olduğunda kaynağın güvenilirliğini düşük görüyorum. Buna geri tepme etkisi deniyor. Yanlış bilgilerin düzeltilmesi bazı durumlarda aslında istediğim şeyin zıddına yol açabiliyor.”

Yanlış bilgilerin düzeltilmesi ise, her insanda aynı sonucu doğurmuyor. Reinemann süreci şöyle anlatıyor: “Bir yanda neyin doğru olduğunu zaten bilen bir grup var, diğer yanda ise yanlış tasavvurları olan ve düzeltmelerin akıllarını çelmesine izin vermeyen bir grup var. Bunların tam ortasında ise olaylar hakkında pek bir fikri olmayan ve fikirlerinin olumlu yönde değişmesine yatkın olan bir grup var. İşte bu insanlara odaklanılması gerekiyor. Sürekli olarak yalnızca kuvvetli ideolojik pozisyonundan ötürü herhangi bir karşı argüman tarafından asla ikna edilemez durumda olan sert çekirdeğe bakmak mantıklı değil.”

## Dünyada 3,8 milyar kişi “iletişim ağı”nda

BOND İnternet Trendleri Raporuna göre internet kullanıcılarının sayısı, 2018’de bir önceki yıla göre %6 artarak 3,8 milyara ulaştı ve dünya nüfusunun %50’sinden fazlasını oluşturdu. Rapora göre, internet kullanıcı sayısı her geçen yıl artmasına rağmen artış hızı yavaşlıyor.

İnternet kullanıcılarının %53’ü Asya Pasifik’te, %15’i Avrupa’da, %13’ü Afrika ve Orta Doğu’da, %10’u Latin Amerika ve Karayipler’de, %9’u ise Kuzey Amerika’da bulunuyor.

### Türkiye 15’inci sırada

Kullanıcı sayısının %21’ini Çin, %12’sini Hindistan ve %8’ini ABD oluşturuyor. Bu ülkeleri Endonezya, Brezilya, Japonya, Rusya ve Meksika takip ederken Türkiye, listede 15’inci sırada yer alıyor. Öte yandan interneti kullanan nüfusun genel nüfusa oranıyla

elde edilen internet kullanım penetrasyonu 2009’da %24 iken, geçen yıl %51’e yükseldi. İnternet kullanım penetrasyonunda ilk sırada %89 ile Kuzey Amerika bulunuyor. Bu kıtayı, %78 ile Avrupa, %62 ile Latin Amerika ve Karayipler, %48 ile Asya Pasifik ve %32 ile Afrika ve Orta Doğu izliyor.

### Sosyal medya kullanımında yavaşlama görülüyor

Raporda; tüketicilerin, internet kullanımında aşırıya kaçmaya dair endişelerinin olduğu ve bunu azaltmak için adımlar atmaya başladığı belirtiliyor. ABD’de önde gelen internet platformları, internet kullanımının izlenmesine yardımcı olacak araçlar geliştiriyor. Sosyal medya kullanımında güçlü bir büyüme döneminin ardından yavaşlama başladığı görülürken, gizlilik ve sorunlu içerik kaygıları da kullanıcıların davranışlarını etkiliyor.



### Siber güvenlik

İnternet bağlantısının yaygınlaşmasıyla dünya genelinde düzenleyiciler, bu platformların iyi yönde kullanımını artırmak ve kötü kullanımını en aza indirmenin yollarını ararken, stratejilerin ve yorumların bölgelere göre farklılık gösterdiği gözlemleniyor. İnternet sistemleri gittikçe daha karmaşık, veri bakımından zengin ve görev açısından kritik hâle geldikçe siber saldırı riski de giderek artıyor. Siber güvenlik ve teknoloji konuları artık ülkelerin uluslararası diplomasi ve savunma stratejilerinde yer alıyor.

## Demo ileti, demo kişi ve demokrasi!

.....  
**ABDULHAMİT GÜLER \***



İletişimin güç ile bağı var mıydı? Eskiden yoktuysa da artık öyle gibi. Yani, bilgi güç idi. Şimdi ise yük... Bilgiyi elinde bulunduran değil artık yöneten ve güçlü olan... Araca yönlendiren ve yöntemi belirleyen güce sahip... Aracı formülize eden, aynı zamanda yönlendiren olduğu için gücün sahibi de tek kaynak oluyor. Kuvvetler ayrılığı ilkesi var ya, meşhur. İşte o kuralın işlemediği alanlardan biri de iletişim...

İletişim araçlarının çeşitlendiği, iletişimin kolaylaştığı çağımızda iletişimin de demokratikleştiğini söyleyebilir miyiz? Söyleyen varsa da hüsnüzan ödülü alması gerek. İnsandan insana, insandan topluma, toplumdansana, toplumdansana diye özetleyebileceğimiz iletişim yönleri artık tek bir elde toplandı ve araçtan insana ve belki de insandan araca şekline döndü. Yani çeşitlenme gibi görünen bir daralma yaşadığımızı söyleyebiliriz. Bunda belirleyici olan da araç tabii ki...

İletişim aracını kim yönetiyor? Temel sorumuz bu. Aracı yöneten, kullananın yöntemini de belirliyor.

Yapay zekâ ile kullanım alışkanlıkları belirlenip kişiye özel hizmet sunulduğu iddia edilse de, bu kişisel hizmet yönteminin varacağı yer yine kişiye ait olmayan, yönlendirilmiş kullanım biçimi olacaktır.

İletişimin yönü olmamalıydı elbet. İnsan oldukça iletişim olacaktır. İnsansız iletişim olamayacaksa, insanın belirlemediği ya da insana göre belirlenmeyen yöntemler de iletişimsizlik ya da iletişimin yokluğu manasına gelebilir.

### Misal...

İnsanlar artık daha az yazıyor. Çünkü iletişim için görüntü kullanıyor. Görerek ya da göstererek bunu sağlıyor. Varılan noktada artık insanoğlu görmediği şeye inanmıyor. Kurgulanmış, montajlanmış, manipüle edilmiş olsa da görünen şey gerçeğin ta kendisi oluyor. Ve bu durum kendi paradigmasını doğuruyor: Gerçek olmayan fakat görünen şeylerin delil olması...

Görsel olduğu için gerçek olarak algılanan mecraların başında sinema geliyor. Hem geleneksel bir araç hâline geldi hem de yeni medya araçlarına nazaran eski olsa da yenilikçi bir dil barındırıyor. Çünkü sinema, görsel yöntemlerin birçoğuna kaynaklık ettiği kadar her yeni yöntemden besleniyor.

Sinema, kurgulanmış bir sunum yaptığı hâlde enteresan şekilde insanoğlunun gerçekliği ve gerçeklik algısı ile oynuyor. Tamamen kurmaca olduğunu bilseniz de bir filmde size kalan şey yeni bir gerçeklik oluyor. Ya da olabiliyor. Her filmin aynı etkiyi yaptığını söyleyemeyiz.

Gerçeklik algımıza dokunan sinema eserleri –o esere karşı savunma mekanizmamız yoksa–, bizi tanımlayan araçlardan biri hâline gelir. Elbette iletişim yöntemimizi de, içeriğini de etkiler. Tarihin herhangi bir döneminden, sadece ismi bilinen bir şahsın konu edildiği bir film düşünelim. Hakkında bir şey bilinmediği için senaryo tamamen kurmaca oluyor. Zaten sinemacı da gerçeği anlattığını ve gerçeğe sadık kalacağını vaat etmiyor. İzleyici de hepsini biliyor. Filmi izliyor. Ve öncesinde bunca bilgiye rağmen o filmin içinde kendini bulduğu gerçeklik artık onun da gerçekliği hâline geliyor. Araçtan insana bir iletişim yöntemi geliyor.

Sinemanın hem sanat hem kitle iletişim aracı olması, yeni dönem sorunlarımızda ve teşhislerimizde elimizde

bulundurmamız gereken

malzemeler... Bir iletişim aracı

olarak sinema, daha önceleri

kitle ile anılırdı. Artık şahıs ile de

anılıyor, anılmalı. Zira yeni medya

araçlarının yöntemleri sinemadan

ve sinema da yeni medya araçlarının

yöntemlerinden etkileniyor.



Araçların birbirini böylesi beslediği ve etkilediği bir ortamda insanın iletişim formunun değişmemesinden söz edilemez elbet. Gücün kimde olduğu sorusunun cevabı da hiç olmayacak kadar muğlaklaştı belki.

Kitleden kişiye mi kişiden kitleye mi?

Ya da doğru soru başka bir şey mi?

\* Yazar, yönetmen, senarist.

## Boeing 787-9 Dreamliner joins Turkish Airlines fleet



The first of 30 B787-9 Dreamliners, for which the flag carrier airline started negotiating with Boeing in September 2017 and finalized talks in March 2018 with 25 firm and five optional orders, has joined THY's fleet. Following delivery of the first of these new-generation wide-body aircraft, which form a significant part of Turkish Airlines' strategy of expanding its fleet in line with its future goals, the rest of the order will continue to arrive until 2023.

Boeing's state-of-the-art Dreamliner, which joined the Turkish Airlines (THY) fleet, stands out for its new cabin specially designed for the THY brand.

The most important part of the aircraft is the new seat designs. The B787-9, powered by the latest technology and revolutionary design, sets a new benchmark in fuel and operating costs. Compared to other aircraft in its class, the B787-9 will also allow the airline to save a significant amount of fuel per seat. İlker Aycı, Chairman and CEO of Turkish Airlines, evaluated the first delivery of Boeing 787-9. "With the transition to our new home, Istanbul Airport, we have begun a brand-new era in the history of Turkish Airlines. In this process, we continue our growth strategy unabated by adding new generation aircraft to our fleet, which points to a

privileged milestone, and renew our commitment to fly to more international destinations than any other airline in the world," he said.

The B787-9 Dreamliner, which will carry passengers on medium and long-haul exotic routes during the summer of 2019, will fly to London, Dubai, Washington D.C., New York, Atlanta, Mexico City, Cancun, Bali, Amsterdam, Delhi, Panama and Bogota. Six 787-9 Dreamliners will join the fleet by the end of August, serving on various international routes as the precursor of the beginning of a new era in the growth of THY's young and modern fleet.

# “Haberci olmak, insanlığı ve değerlerini kaybetmek değildir”



Haber/Röportaj

Serdar Karagöz



Haber/Röportaj: Muhammed Akaydın

Uluslararası gazeteciliğin önemli simalarından biridir Serdar Karagöz... Uzun yıllar kurucusu olduğu ve aynı zamanda hayali olan Daily Sabah gazetesinin genel yayın yönetmenliğini yaptı. Türkiye’yi uluslararası birçok platformda temsil etti. Şimdi de TRT World ve TRT Arabi’nin de şemsiyesi altında bulunduğu TRT Uluslararası Haber Kanalları Genel Yayın Yönetmenliği görevini yürütüyor. Karagöz’e TRT’nin uluslararası kanallarını, uluslararası haberciliğinin son durumunu, uluslararası yayın yapan kanalların algı yönetimlerini ve daha birçok soru yönelttik. Cevaplar, oldukça tatmin edici... Şimdiden iyi okumalar...

**Değişen dünya düzeninde, özellikle de liberal düzenin artık gücünü giderek yitirdiği bir dönemde, uluslararası medya sizce bu değişimin gerekliliklerine yanıt verebiliyor mu?**

Uluslararası medyanın öncelikli misyonu; dünyayı, küresel düzeyde etkileyen olayları çok yönlü bir şekilde ele almak ve tüm insanlığın ortak değerlerinin korunmasına yönelik içerik üretmektir. Eğer dünyada, değerler ve olgular konusunda olumsuz yönde gelişmeler yaşanıyor, uluslararası medya bu gidişatla ilgili farkındalık yaratacak nitelikte içerik oluşturup, o içeriği kitlelere en etkili biçimde aktarması gerekmektedir. Fakat küresel anlamda yaşadığımız değişiklikler karşısında, örneğin, siyasi iklimin değişmesi, aşırı sağın yükselmesi ve bunun beraberinde gelen yabancı düşmanlığı, İslam karşıtlığı gibi hassas konularda, uluslararası medya, bu aslı görevini bir kenara itip, kendine tamamen farklı bir misyon edinerek, dikkatini ve gayretini bağımsız ülkelerin iç meselelerini şekillendirmek ve politik olaylarına

yön vermek gibi konulara yöneltmiştir. Ve tabii ki bu durum, önem arz eden birçok konunun gözden kaçmasına ya da hafife alınmasına neden olmaktadır.

**Uluslararası medya kuruluşlarının, oluşturduğu iletişim dili nasıl bir değişim geçirdi? “Algı yönetimi” ve “propaganda” açısından bakıldığında özellikle Batı medyasını nerede görüyorsunuz?**

Birçok ülkenin uluslararası medya organlarının kendi çıkarları doğrultusunda haber yaptığı artık bir sır değil. Ve yukarıda da belirttiğim gibi bu medya kuruluşları gücünü, toplumlar üzerinde oluşturduğu algıdan almakta. Yumuşak bir güç olarak da görebileceğimiz uluslararası medya yayınları kendi iç siyasetinin çerçevesini çoğu zaman aşmamaktadır. Uluslararası medya aktörlerinin yayınlarında kendi ülkelerinin çıkarlarını estetize bir dille savunan olduğu gibi direkt propaganda makinesi görünümünde olanlar da var. Örneğin Rusya’nın kanalı olan RT ve Çin’in uluslararası kanalı olan CGTN kompleks bir şekilde aktif direkt propaganda dili kullanmaktadır. Algı yönetimi çerçevesinde dilini estetize edenler ise daha çok Batı ülkelerinin aktörleri olan CNN, BBC ve DW olarak karşımıza çıkıyor.



**Türkiye, TRT uluslararası kanalları ile bilinmeyenleri göstermek, duyulmayanları ortaya dökmek için çabalyor. Özellikle Batı medyasının görmezden geldiği gerçekleri dünyaya duyurmaya çalışıyor.**

**Dünya çok kutuplu bir döneme girerken, milliyetçilik ile etnik köken tartışmaları artarken ve özellikle İslam karşıtlığı yükselirken; uluslararası medya, bu sorunlar karşısında nasıl bir yön belirliyor?**

Dünya gerçekten büyük bir değişim sürecinden geçiyor. İki dünya savaşı arasındaki konjonktür ve dönemin popüler ideolojileri günümüzün mevcut şartlarında da gözlemleniyor. Bir dönem baskılanan, marjinalleştirilen aşırı sağ ve faşizmin yükseldiğine hatta ana akım siyasetini şekillendirilebilecek bir etkiye ulaştığına hep birlikte şahit oluyoruz. İrkçi söylemlerin, siyasetçiler tarafından, oy toplamaya yönelik bir strateji olarak kullanıldığı, bunun da toplumları kutuplaştırdığı bir dönemden geçiyoruz. Artık neredeyse sıradanlaşan ırkçı ve Müslüman karşıtı söylemlere karşı Batılı toplumlar bağımsızlık kazanmaya başladı -ki bu son derecede tehlikeli bir durumdur. Uluslararası medya, işte tam bu noktada değerler çerçevesinde uyandırıcı, dikkat çekici ve harekete geçirici bir misyon sahibi olmalı. Biz TRT uluslararası kanallar grubu olarak böyle bir aktör olmak istiyoruz. Bu durum, sadece ırkçı söylemlerin hedefindeki Müslümanlar için değil, aynı zamanda Batılı ülkeler için de eş değer bir biçimde tehlike arz etmektedir. İslam karşıtlığını sadece Müslümanların sorunu olarak görenler büyük bir yanılga içerisinde. Ayrımcılık ve ırkçılık gibi kavramlar toplumların birlik ve beraberliğine zarar veren kavramlardır. Batı medyasına gelirsek, onlar da aynı şekilde bu duruma bağımsızlık kazanmış ve bir zamanlar “olağanüstü” olarak nitelendirilen çoğu şeyi normalize eder konuma gelmiştir. Biz, TRT World olarak medyadaki bu boşluğu fark ettik ve yeni kurduğumuz “Eyes on Discrimination Centre” ile birlikte, hiçbir ayrımcılık ve ırkçılık vakasının gözden kaçmamasını sağlamak adına sadece bu meselelere odaklanan bir takım kurduk. Her türlü ayrımcılığa karşı duruşumuzla mağdurların sesini duyurmaya devam edeceğiz.

**Uluslararası medyanın, bugün çok daha açık şekilde dünyanın her bölgesine müdahale edebilir ve algı yaratabilir hâle geldiği düşünüldüğünde, nasıl bir gelecek bekliyorsunuz?**

İngilizcede “King maker” denen bir ifade vardır. Türkçesi, “İktidar belirleyen” demektir. Bu medya kuruluşları, yayınlarıyla dünyanın birçok yerinde iktidarları belirleyebileceklerini ve beğenmedikleri iktidarın düşmesini sağlayabileceklerini düşünmektedir. Zaman zaman kimi bölgelerde bunu başarsalar da, ben artık toplumların bilinçlendiğini ve üzerinde oynanan oyunları algılayabilecek bilince ulaştığına inanıyorum. Yeni nesiller bunun daha kolay farkına varacaktır. Örnek vermek gerekirse, Batı medyasında ülkemiz üzerinde yapılan kara propaganda, ülke içinde milletimizin itibar ettiği bir durum oluşturmamıştır. Aksine ters etkiler yapmıştır. Uluslararası medyanın bir aktörü olarak bizim amaçlarımızdan biri de kara propaganda unsurlarını dengelemektir.

**Peki, dijital savaşlar, algı savaşları, ticaret savaşları gibi neredeyse medya savaşlarının yaşandığı bir dünyada Türkiye, sesini ve duruşunu dünyaya**

**anlatılabilmek için önemli girişimlerde bulundu. Siz de, TRT World ile TRT Arabi'nin de şemsiyesi altında bulunduğu TRT Uluslararası Haber Kanalları Genel Yayın Yönetmenliği görevini yürütüyorsunuz. Türkiye, bu girişimlerle kendisini, kendi anlayışını, kendi hikâyesini iyi anlatabiliyor mu? Bunun kalitesini yükseltmek için nasıl bir yol izlenmeli?**

Türkiye, TRT uluslararası kanalları ile bilinmeyenleri göstermek, duyulmayanları ortaya dökmek için çabılıyor. Özellikle Batı medyasının görmezden geldiği gerçekleri dünyaya duyurmaya çalışıyor. Bir TRT World veya Arabi muhabirinin Somali'de susuz bir çocuk görürse, ilk refleksi o çocuğun haberini yapmak olmaz. Öncelikle gider o çocuğa çantasındaki suyunu verir ve ardından onun hikâyesini yazmaya başlar. Haberci olmak, insanlığı ve değerlerini kaybetmek değildir. Bizim anlayışımızda böyle bir habercilik yok. Benim bakış açımına göre Türkiye bu konuda birçok önde gelen uluslararası medya kuruluşlarından daha iyi bir konumdadır. Çünkü haberciliğimizde insanı merkeze alıyoruz. Ezilenlerin gür sesi olmaya çalışıyoruz. Mültecilerin dramlarını biz işliyoruz, sorunlarına çareyi biz arıyoruz, Batı'nın iki yüzlülüğünü biz haykırıyoruz... İşte biz bu hâlimiz ile tam olarak Türkiye'yiz! Dünya beşten büyüktür isimli bir programımız ile Washington DC'den uluslararası adil bir düzen arayışının sesi oluyoruz... Bütün bunların hepsi Türkiye'nin hikâyeleridir. Biz TRT olarak Türkiye'nin duruşuyuz, olaylara bakışıyız; bizim hikâyelerimiz Türkiye'nin hikâyeleri, Türkiye'nin hikâyeleri bizim hikâyelerimizdir. İçeriklerimiz stratejik bir çerçevede

oluşturuluyor ve tamamen uluslararası refleksler göz önünde bulundurularak belirleniyor.

**Uluslararası medya kanalları arasında yer edinebilmek için TRT World ve TRT Arabi, nasıl bir iletişim dili kullanıyor? Özellikle rakiplerinden ve Batı'dan gelen "devletin sesi" eleştirilerine yanıt vermek için neler yapıyor?**

Biz Türkiye'nin sesiyiz... Bizim için doğru habercilik büyük önem taşır. Önemli olan bir olayı olduğu gibi aktarmaktır. Bir konuyu kendi bakış açımıza göre, yönlendirici bir tarzda ele alırsak, bu doğru bir habercilik olmaz. Ama diğer taraftan şunu da unutmamak gerekir, dâhili ve harici, ülkemiz hakkında bazı siyasiler ve medya kuruluşları çeşitli şekillerde karalama kampanyası yaparken, ülkemizin menfaatlerini korumaktan da gocunmuyoruz, bu doğru. Ve bu sadece bize has bir durum değil, Batı'daki ulusal medya organları da benzer durumlarla karşılaştığında menfaatlerini koruyacak yayınlar yapmaktadır.

**Uluslararası medyada deneyimli bir isim olan Serdar Karagöz, Türkiye'nin bu alanda kendisini "doğru" anlatabilmesi ve inandırıcı olması için neler yapılması gerektiğini düşünüyor?**

Gerçeği anlatırsanız inandırıcı olmak zorunda kalmazsanız. Bizim de yaptığımız ve önümüzdeki dönemde yapacağımız şey bu: Gerçeği olduğu gibi anlatmak. İzleyiciye yön verme, onda bir algı oluşturma kaygısına düşmeden bütün çıplaklığıyla onu gözler önüne sermek. Çünkü gerçekler bizden yana... Çünkü hakikat bizden yana... Biz TRT uluslararası kanalları olarak bunu hedefliyoruz.



Serdar Karagöz



**Gerçeği anlatırsanız inandırıcı olmak zorunda kalmazsanız. Bizim de yaptığımız ve önümüzdeki dönemde yapacağımız şey bu: Gerçeği olduğu gibi anlatmak.**

Yakın zamanda bir dijital platform olarak yayına başlayacak TRT Deutsch ve TRT Rus ile de sadece hakikatleri anlatacağız... Hakikatten ve doğrudan sadece zalimler, adaletsizlik yapanlar ve haksız düzenlerini korumak isteyen ayrıcalıklı kitleler rahatsız olur...

## Reklamların ahlakîliği üzerine

MAHMUT ARSLAN \*



Amerika'nın Rutgers Üniversitesinin tanınmış felsefecilerinden Joanne Ciulla'nın "The Honest Work" adlı kitabını okurken bir bölüm dikkatimi çekti: "Reklamlar ne kadar ahlakî" idi bölümün başlığı. Akvaryumda yüzen balıkların suyu hiç algılayamamaları gibi biz de kapitalist sistemin içinde bazı uygulamaları o kadar olağan görüyoruz ki algılayamıyoruz bile. Reklamlar da böyle bir şey aslında.

Pazarlamanın meşhur 4P'sinden promosyonun bir parçası olan reklamlar iş ahlakı açısından sorgulanması gereken birçok şey içeriyor. Çoğunlukla doğru olmayan abartı bilgilerle insanların beyinlerini yıkayan ve tüketime

özendiren reklamların varlığı bile ahlakî bir sorun teşkil ediyor. Pazarlama kitaplarında reklamların gereği olarak potansiyel müşterileri ürün hakkında bilgilendirmek, seçim yapmasına, karar vermesine imkân tanımak gibi nedenler ileri sürülür. Ancak tanıtım ile reklam tamamen farklı kavramlar.

İnternetin olmadığı bir dünyada yeni çıkan bir üründen o ürünün tanıtımını görmedikçe haberdar olamazdınız. Bu nedenle basılı yayınlarda, kamusal alanlarda ve radyo-TV'de reklamları izlerdiniz. Oysa bugün neye ihtiyaç duyuyorsanız internetteki arama motorlarında ya da satış sitelerinde arama yaparak istediğiniz ürün bilgilerine ulaşabilirsiniz. Gerek firma bazında gerekse sektörel bazda tanıtım sayfaları hazırlanarak müşterilerin bilgi ihtiyacı giderilebilir.

Reklamın varlığı birçok bilgi kirliliğini ve bilinçaltı yönlendirmeyi de beraberinde getiriyor. İnternette kısa bir gazete haberi okumak istesenez onlarca reklam sayfası açılıyor. YouTube'da ve ücretsiz tv kanallarında da aynı reklam bombardımanına uğruyorsunuz. Aslında hiçbir şey bedava değil. Çocukların izlediği çizgi filmlerin arasına onları ileride şeker hastası ve obez yapacak abur cubur reklamları koymanın ahlakî bir açıklaması yok. Gençlere alkol ve uyuşturucu

reklamı yapmakla çocuklara şekerleme reklamı yapmak çok da farklı değil. İnsan sağlığına zararlı gıda ürünleri, kozmetikler ve diğer ürünler her gün yüzlerce reklam sayfası ile beynimizi işgal ediyor.

Koca bir reklam endüstrisi bu boş ve gerçek dışı hayal âleminden para kazanıyor. Üstelik reklam veren firmaların da bundan ne kazandığı belli değil.

Bir düşünelim ki ticarî reklamlar yasaklandı. Firmalar sadece internette ürün tanıtım sayfası oluşturabilecekler. Neler olurdu? Bir kere bedava ya da çok ucuza okuduğumuz basılı ya da internet medyasını gerçek fiyatları ile daha pahalıya okurduk ama zararlı reklamlara da maruz kalmazdık. Sinema salonlarında paramızı vererek izlediğimiz filmlerin önünde ve arasında reklam şiddeti ile bombalanmazdık. Sahi para verdiğimiz hâlde niye reklam izliyoruz hiç sorduk mu? Aldığımız her üründe o ürünün reklam maliyetleri de fiyatına dâhil ediliyor. Yani film aralarında zorla izlediğimiz reklamların maliyetini de yine bizler ödüyoruz. Reklam olmasa idi belki birçok malı daha ucuza alıyor olabilirdik. Yani bazı ürünler daha pahalı bazı ürünler de daha ucuz hâle gelirdi. Ama bir şey kesin ki gayriahlakî reklam teröründen kurtulmuş olarak daha sade bir dünyada yaşıyor olurduk.

\* İbn Haldun Üniversitesi İşletme Bölümü.

## Tarafsızlık mı adalet mi?

ADNAN KARAKAŞ \*



Kavramların itibarına sığınanların yaptığı büyük bir kötülük var. İtibarını kendilerine kalkan kıldıkları kavramların içini boşaltıyorlar. Hâl böyle olunca kavramların anlamı ve ağırlığı da buharlaşmış oluyor.

Bir insan neden böyle bir kötülük yapmaya girişir? Bu soruya iki şekilde cevap verebiliriz: Ya güvenilirlik sorununa sahiptir, dolayısıyla araçsallaştırdığı kavramla güven tazeleyecektir ya da kavramın itibarını kullanarak muhataplarının saf duygularını istismar edecek ve kendine çıkar sağlayacaktır. Yani her hâlükârda bir şeylerin üstünü örtecek veya onu gizleyecektir. Ancak ebediyen bir şeyin üstünü örtmek, bir şeyleri saklamak mümkün değil. Yanlışlar, er veya geç ortaya çıktığında, kavram da ağırlığını ve anlamını yitirir. İnsanlar o kavramı dile getirmekten çekinir hâle gelir. Ezkaza dile getirildiğinde ise artık olumsuz eylemleri çağırır.

Kavramların itibarının kim tarafından kullanıldığı da önemlidir. Çünkü bu sıradan bir kişi ise, etki alanı onun çevresiyle sınırlı kalacaktır. Bir yetkili

ise, temsil ettiği kurum ve kurumla ilgisi bulunan insanlar olumsuz yansımalarından kaçınamayacaktır.

Genel itibarıyla söz konusu eylemin en sık görüldüğü iki alan dikkat çekiyor; siyaset ve medya... Bu yazının amacı da medyadaki durumu iki kavram üzerinden değerlendirmek...

### Tarafsızlık söylemindeki tarafgirlik

Her insan bir aile içinde doğar, bir dünya görüşüne sahiptir, yaşama biçimi vardır. Yapıp ettikleri bu biçimlenişten bağımsız değildir. Yayın ve yayım gibi kapsayıcı bir alanda çalışıyor ise, yayın kuruluşunun çizgisi de devreye girer. Siyaset, iş dünyası ve ideoloji de tarafsızlık çabasının üzerinde ayrıca Demokles'in kılıcı gibi bekler. Böylesi bir düzlemde, kullanılan dil, tercih edilen konu, sözcükler ve tamlamalar bir tarafa eğilimi kaçınılmaz kılar. Yıllar yılı, bizzat tarafgir olanlar tarafsızlık söylemi ile bunu örtmeye çalışıyor. Sol, seküler ve Kemalist çevrelerin tutumu bu konuda en belirgin örnek olarak önümüzde duruyor. Kendini tarafsız, karşıdakini yandaş olarak konumlandırmak bu gerçeği değiştirmiyor.

### Hakkı verilemeyen bir söylem: Adalet

Adalet, her şeyin yerli yerinde olması demek... Türk Dil Kurumu, "Herkes kendine uygun düşeni, kendi hakkı olanı vermek." diye tarif ediyor. Bir diğer anlamı ise, doğruluk... Peki, bir medya kuruluşu yayınlarında âdil olabilir mi? Bu soruya kesinlikle evet cevabı verebiliriz. Âdil olmanın ilk şartı ise yayınlanan haberin, bilginin doğru olması, yer verilen değerlendirme ve yorumların ölçülü olmasıdır.

Adaletin medyada kullanılmaya başlanması aslında yeni bir durum. Sol-seküler ve Kemalist çevrelerin uygulamada karşılığı olmayan tarafsızlık söylemine karşı muhafazakâr medyanın kullandığı bir söylem.

Özetle tarafsızlık söyleminin gerçekte bir karşılığı yok. Yayın kuruluşu tarafsız olamayacağı gibi, içerik üreten kimseler de tarafsız olamaz. Dahası tarafsız olması da gerekmez. Çünkü aslanan âdil yayın yapabilmek.



Yayına ve yayıma konu olan olay her ne ise "kişi/parti/ideoloji"nden bağımsız, olduğu gibi verilebilir. Ne var ki, tercih edilen konu başlıkları, kullanılan dil ve her görsel hedef kitleye mesaj olarak enjekte edildi. Tarafı yayıncılık ne

kadar tarafsız olabildiyse âdil yayıncılık da o kadar âdil olabilirdi. Adalet söylemini savunanlar yaptıklarıyla adaleti öncelemedi. Tercih edilen konular, o konuların işlenme biçimi, dil ve görsellerle tarafsızlık söylemini savunanları taklitten öteye geçemedi. Bir işte ön yargı varsa adalet yoktur. Üretilen içerik olumlu da olsa olumsuz da olsa sonuç değişmez. Adalet söylemi de yanlışları örten bir şemsiye vazifesi görmekten öteye geçemez.

Sonuçta ne tarafsız diyenler tarafsız ne de adaleti önceleyenler âdil olabildi. Her iki kesim de kullandıkları kavramların itibarını kendilerine kalkan kıldı. Kavramlar içeriklerini, dolayısıyla ağırlıklarını kaybetti. Tarafsızlık ve adalet söylemlerini kullananlar ise inandırıcılıklarını...

\* Gazeteci.

## "Yüzyılın Anlaşması başarısızlığa mahkûmdur"



Kudüs Yüksek İslam Heyeti Başkanı Şeyh İkrime Sabri, "Onlar, Filistin davasına komplo kuruyor. Ancak Allah Müslümanlara yardım edecektir ve 'Yüzyılın Anlaşması' başarısızlığa mahkûmdur." dedi. İşgal altındaki Doğu Kudüs'ün Eski Şehir bölgesinde bulunan Mescid-i Aksa'da cuma hutbesini okuyan Şeyh Sabri, Haziran ayı sonunda, ABD'nin öncülüğünde Bahreyn'in başkenti Manama'da düzenlenen "Refah İçin Barış" başlıklı Filistin konulu ekonomi çalıştayı ele aldı.

Arap ülkelerinin çok aciz bir durumda olduklarını ve ABD'nin Yüzyılın Anlaşması planını desteklediklerini vurgulayan Şeyh Sabri, "Onlar, Filistin davasına komplo kuruyor. Ancak Allah Müslümanlara yardım edecektir ve Yüzyılın Anlaşması başarısızlığa mahkûmdur." ifadelerini kullandı. Şeyh Sabri, hutbede Arap ve İslam dünyasının parçalanmışlığına ve emperyalist güçlerin emirlerine itaat ettiklerine dikkati çekerek, şöyle devam etti: "Küfür ve kibir güçleri Arap ve İslam dünyasına saldırıyor. Bundan da acısı Arap ve İslam ülkelerinin birbirlerine düşmüş olmasıdır."

### "Yüzyılın Anlaşması"

ABD Başkanı Donald Trump'ın İsrail-Filistin meselesine "çözüm bulmak" amacıyla hazırladığı öne sürülen "Yüzyılın Anlaşması" planının detayları netleşme de uluslararası basında planın detaylarına ilişkin bazı bilgiler yer alıyor. Bu haberlere göre plan, Kudüs'ün tamamının İsrail'e bırakılması ve Batı Şeria'daki yasa dışı Yahudi yerleşim birimlerinin büyük bölümünün varlığını

sürdürmesi gibi Filistinlilerin aleyhine maddeler içeriyor. Planda, İsrail'in topraklarından sürdüğü 6 milyona yakın Filistinli mültecinin geri dönüş hakkına ise değinilmediği dile getiriliyor.

### "Yüzyılın Anlaşması" planı kapsamındaki ilk organizasyon

ABD öncülüğünde Bahreyn'in ev sahipliğinde 25-26 Haziran tarihlerinde başkent Manama'da düzenlenen "Refah için Barış" başlıklı ekonomi çalıştayı, ABD'nin İsrail-Filistin meselesinin çözümü konusunda açıklaması beklenen "Yüzyılın Anlaşması" planı kapsamındaki ilk organizasyon olarak öne çıktı. Çalıştaya katılmayacağını açıklayan Filistin yönetimi, bölge ülkelerini de söz konusu çalıştayı boykota çağırması. Filistin'in boykot çağırısına rağmen çalıştaya ev sahibi Bahreyn'in yanı sıra, Suudi Arabistan, Ürdün, Mısır, Birleşik Arap Emirlikleri (BAE), Katar ve Fas katılmıştı. İsraili yetkililer çalıştaya davet edilmezken, bu ülkeden iş insanları ve bazı gazeteciler ise toplantıya iştirak etmişti.

## Darbeye çalışmak

MEHMET ÖZAY \*



Bugün içinde bulunduğumuz şartlarda, 15 Temmuz 2016 darbesinin bir tek grubun kendinde bir teşebbüsü olduğunu düşünmek, vakıanın sosyolojik mahiyetini kavramamakla eş değerdir.

Bu anlamda, söz konusu teşebbüsün gelişiminin bir sürpriz olmadığı ve bu girişimin köklerinin birkaç on yıl öncesine dayansa da, kendini en azından bir on yıl öncesinde aşikâr kıldığını söylemek mümkün. Sosyal hadiselerin birdenbire neşet eden olgular olmak yerine, birikimsel olarak gelişme kaydettiğini ve çeşitli toplumsal unsurların bileşiminin ürünü olarak ortaya çıktığını unutmamak gerekir.

Öte yandan, bugünden bakıldığında, belki de giderek artan sayıda kişinin artık gördüğü

zannedilebilecek bu sürecin, artık hakkıyla anlaşıldığını düşünmek bile bir tür yanılsama olacaktır.

Aktif ve pasif darbe taraftarlarının sadece yurt içinde değil, yurt dışındaki varlıklarının ve hazırlıklarının bu yöne doğru bir gidişata tekabül ettiği bir on yıl öncesinden izlerini ortaya koymaya başlamıştı. Bu noktada, aktif ve pasif taraftarlar ifadesinden anlaşılması gereken iki husus vardır: İlki, kendini, darbeye tevessül eden grubun içinde, sivil ve devlete bağlı kurumlar içerisindeki mevcudiyetleriyle aktif olarak tanımlayanlardır. Bu grup içerisinde yer alanlardan bir bölümünün, örneğin pişmanlık duyanlar bağlamında olduğu üzere, sözde masumiyeti dikkate alınabileceklerden bahsedenler olabilir.

İkincisi ise, bu grupla organik ve/ya ideolojik bağı olmadığı görülen sivil kişiler ile yine devletin çeşitli birimleri içerisindeki kişi ve grupların, bu ana yapıyla girdikleri ilişkiler boyutu üzerinden oluşan bağdır. Bu gruba mensup olanlardan bir bölümü -ki, zaman zaman bu yönde dile getirilen söylemlerden hareketle-, kendilerinin "ilişkiye zorlanmış" oldukları iddiasındadırlar. "İlişkiye zorlanmışlık" bağlamına oturan çevrelerin ülke içindeki karşılıklarını, farklı aktörlerin bunların yerini alabileceğinden hareketle, bir an için göz ardı

etmek mümkün olabilir. Ancak bu bağlam içerisinde yer alan ve yurt dışında ülkeyi resmî olarak temsil etme makamında olan kurum/lar mensuplarından gelmesi göz ardı edilmesi mümkün olmayan bir duruma işaret eder. Varsayalım ki bu kitle, "Kapılarımızı bu insanlara açın!" türünden bir emre muhatap olmuş olsunlar... Ortaya çıkan durum, salt kapıların açılmasıyla kalınmadığı, bu kurumun - bilerek ve/ya bilmeyerek- neredeyse karşı tarafa teslim edildiği hâline gönderme yapmaktadır.

Bu yöndeki düşünüş tarzında bir tür haklılık payı olduğu, zamanında kurum üzerinde tasarrufta bulunma hakkına sahip olanların, kadroların kahir ekseriyetini darbeye tevessül eden yapıdan devşirmiş olmalarıyla daha bir netlik kazandığı konusunu da hatırlamak vicdanî ve de ahlakî bir sorumluluktan bağımsız değildir.

Sürecin ikinci aşaması olarak yani darbeden hemen sonra, "işleri hâl yoluna koymada" ilk sırada yer alması beklenen hatta bu noktada resmî sorumluluk taşıdığı açık seçik ortada olan yukarıda dikkat çekilen bu "ilişkiye zorlanmış olanların", o dönem ve sonrasında ne yapıp ettiklerinin dikkatle üzerinde durulması gerekmektedir.

\* İbn Haldun Üniversitesi Sosyoloji Bölümü.

## "Trump's immoral peace plan could blow up Middle East"

While Jared Kushner, the advisor and the son in law of U.S. President Donald Trump is pushing for his long waited peace plan in Middle East, Israeli security experts believe it is immoral, impractical and could blow UN the region. The "deal of the century" has yet to be revealed in full. However, based on leaks in media, it envisages major concessions to Israel regarding the status of Jerusalem and the right of Palestinian refugees to return to their homes in historical Palestine.

Jerusalem remains at the heart of the decades-long Middle East dispute, with Palestinians hoping that East Jerusalem -- occupied by Israel since 1967 -- might one day serve as the capital of a Palestinian state. The Ramallah-based Palestinian Authority did not attend the conference in Bahrain which Kushner pushed for an economic plan worth 50 billion dollars as a pre-condition to peace. Palestinian Authority have rejected any U.S. role in the mediating process ever since Trump's controversial recognition of Jerusalem as Israel's capital in 2017.

In an opinion piece published at the American political magazine Politico, Ami Ayalon, a former director of the Israeli security agency Shin Bet, Gilead Sher, former chief of staff for Israeli Prime Minister Ehud Barak and senior peace negotiator, and Orni Petruschka, a high-tech entrepreneur and



think tank cofounder in Israel called Trump's plan a "dangerously simplistic approach to a complicated situation".

Israeli experts said the plan sounds great on paper but that under the surface it was "all form and no substance". "Anybody who followed the last 30 years of the Israeli-Palestinian conflict understands that President Donald Trump's announcement of this first step on the way to a deal is all form and no substance: a new name for the same failed idea known as 'economic peace,' and before that as 'a new Middle East," said the experts.

Accusing Trump and Kushner, who has reportedly spearheaded the plan, of failing to understand the region's history and the Palestinian struggle, experts said placing economics before core political issues was a "slap in the face to the Palestinians." They agreed that it would be a "tactical error" to assume Palestinians would willingly accept an economic appeasement plan that involved political tolls such as losing more land to Israeli occupation. Economic solutions could not prevent the eruption of first and second intifadas in the West Bank, despite being on the agenda of the failed Paris and Oslo peace talks, they said.

"They erupted because the way forward was unclear, and because the Palestinians felt that the economic benefits offered would not lead to the end of the occupation," said experts.

Israeli experts stressed the importance of avoiding the "colossal mistake" of resuming talks "without defining the end goal". "For both Palestinians and Israelis, that goal should be ending the occupation and establishing a Palestinian state alongside Israel within the 1967 borders, with necessary land swaps," added the experts. They also said there would be "no Jewish and democratic state without resolving the Palestinian issue."

## Dondurmayı ekmekle yiyen yetimler diyarı: Bangsamoro

SERDAR DEMİREL \*



521'de Ferdinand Macellan'ın coğrafyaya ayak basması üç asır sürecektir İspanyol sömürgeciliğinin de başlangıcı olacaktır. İspanyollar bu coğrafyaya İspanyol Kralı II. Felipe'nin onuruna "Las Islah Filipinas" adını vererek yedi bin küsur adadan oluşan Filipinler'i kontrolleri altına aldılar. Takımda halkları hızlıca Hristiyanlaştırıldı. Bugün Filipinler'in %90'ı Katolik Hristiyanlardan oluşmaktadır.

Üç asır sonra ABD, ülkeyi nüfuzu altına aldı. Arkasından ulus devlet kuruldu ve bugüne gelindi. Bölge Müslümanları son 50 yılda bağımsızlık mücadelesi verdiler. Ne Müslümanlar istediklerini tam olarak elde edebildiler ne de Filipinler Devleti. Sonuçta bir otonomi statüsünü belirlemek üzere referandumla gidildi.

2019 Ocak ve Şubat aylarında yapılan referandumda Mindanao'da, Bangsamoro Özerk Bölgesi kurulması kararı çıktı. Bunun üzerine Filipinler hükümeti ve Moro İslami Kurtuluş Cephesi arasında "Bangsamoro Geçiş Hükümetine Önerilen Geçiş Planı" anlaşması imzalandı.



Mohagher Iqbal

Filipinler Devlet Başkanı Rodrigo Duterte, Bangsamoro Geçiş Otoritesi başkanlığına Hacı Murat İbrahim'i 2022'ye kadar bölgeyi yönetmesi için atadı. 26 Şubat'ta yönetimi bölge valisinden fiilen devralan Hacı Murat İbrahim, 41 üyesi Moro İslami Kurtuluş Cephesinden, 39 üyesi merkezî hükümetten oluşan geçiş hükümetini yönetmeye başladı. Bölgenin başkenti ise Cotabato'dur.

Biz, YTB adına 13-21 Haziran tarihlerini, Türkiye'nin farklı üniversitelerinde lisans, yüksek lisans ve doktora yapmak isteyen öğrenci

adaylarının mülakatını yapmak üzere Manila ve Cotabato'da geçirdik.

Bu vesileyle Cotabato'da mücadelenin sembol isimlerinden Hacı Murat'ı makamında ziyaret ettik, kendisinden gelişmeler hakkında bilgiler aldık.

Yine sürecin kahramanlarından, mücadelenin tarihini yazan ve aynı zamanda bölgenin Eğitim Bakanı olan Mohagher Iqbal'ı ziyaret ettik, bölgenin eğitim sorunları üzerine sorular sorduk, çözüm yolları üzerine konuştuk.

Görüşme sırasında Manila'da kendisinin kitaplarını aradığımı ama bulamadığımı söyledim. Kitaplarının yeniden basım için hazırlanması gerektiğini ama yeni görevi sebebiyle buna hiç vaktinin olmadığını söyledi.

Benim almak istediğim kitaplar; "Bangsamoro: A Nation Under Endless Tyranny" ve "The Long Road to Peace: Inside the GRP-MILF Peace Process" idi. Dönemin şartları gereği bu kitaplarını Salah Jubair müstear ismiyle yayımlamıştı.

Cotabato'dan ayrılacağımız günün sabahı kaldığımız otele bizzat gelerek kendi kütüphanesinden hem bu iki kitabı hem de "Negotiating Peace: An Insider's Perspective on the Bangsamoros' Struggle for Self-Determination" adlı kitabını gerçek ismiyle imzalayarak bendenize hediye etti. Bu mütevizilığa müteşekkirim olmamak mümkün mü!

Cotabato'ya kadar gitmişken İHH'nın yetimhanesini ziyaret etmemek olmazdı. Biri orta eğitim, diğeri de ilkökul düzeyinde iki yetimhane kurmuş İHH. Yetimhaneye Mavi Marmara şehitlerinden 'Uğur Süleyman Söylemez'in adını vermişler..

Oraya giderken eli boş gitmeyelim diye yetkililerle görüştüğümüzde, "dondurma ve ekmek" alabileceğimizi söylediler. Dondurmayı anlamıştık



ama ekmeğe mana verememiştik zira bölge insanının ekmeği pek yemediğini iyi bilirdik. Yetimlerin bir elde dondurma diğer elde ekmeği beraber yeme sevincini müşahade edince tavsiyenin ne kadar yerinde olduğunu anladık. Nihayetinde renkler ve zevkler tartışılmaz.

Yerimiz yok ama şunu da belirtmeden geçmeyelim: İngiltere, Japonya vb. ülkeler buraya yakın ilgi duymaktalar. Bölge Müslümanları ise Türkiye'yi yanlarında daha çok görmek istiyorlar. Görüştüğümüz özel ve tüzel kişiler hem bu dileklerini hem de selamlarını ilettiler.

\* İbn Haldun Üniversitesi İslami İlimler Fakültesi.



## Anlamak ve tanımlamak

.....  
RIZA TEVFİK KALYONCU \*



Önde gelen Arap dil filozoflarından Sekkâki, "tanım" faaliyetini şu şekilde tasvir eder: "Tanım, bir şeyi ona tam denk bir tarzda fertlerini içeri alıp fertleri dışındakileri kuşatmayacak bir şekilde tavsif etmektir." (Cabiri, *Arap-İslam Kültürünün Akıl Yapısı*, s.133). Bu tasvir düşünüldüğünde, akla gelen ilk soru, eğer bir şeyin fertleri yoksa onun tanımlanıp tanımlanmayacağı hususudur. Öte taraftan, bir şeyin herhangi bir ferdi olmadığını ve buna rağmen tanımlanabileceğini kabul edersek, o hâlde tanımın neye göre yapılacağı meselesi kendisini gösterir. İlk akla gelen yanıt, tanımın ancak en belirgin vasfa göre yapılabileceğidir. Fakat en belirgin vasıf da ancak, birçok ferde dağılmış ve fertlerde ortaklık gösteren bir özellik olabilir. Örneğin, düşünen canlı olarak tanımlanan insanı düşünelim. Eğer insanın birçok ferdi ve bunun neticesinde bu fertlerin hepsinde ortaklık arz eden bir temel özelliği yoksa "insan" kavramının

tekabül ettiği olguyu tanımlamak mümkün olabilir mi? Bu durumda bir şeyin tanımlanması, ancak, fertleri göz önüne alındığında ve fertlerinin varlık tarzları üzerinde düşünmek yoluyla mümkün olabilir diyebiliriz. Tanım, bu bakımdan varlık dünyasında bulunan ortaklığın zihinde canlandırılmasını sağlayan, aklın en önemli fiili olarak nitelendirilebilir. Buna göre, örneğin "insan" kavramının tanımı talep edildiğinde aslında, insan kavramının işaret ettiği varlık kümesi tanımlanır. Aklın bir fiili olması bakımından tanım, anlama fiili ile öncelenir. Çünkü tanım, aklın, veriler ve düşünceler üzerine inşa ettiği bir sonuçtur. Fakat bu sonuç öncesinde akıl, birçok süreçten geçer. Her birisi detaylı olarak zihinsel dönüşümler meydana getiren bu süreçlerin bütünü anlama olarak tasvir etmek mümkündür. Anlama, her zaman tanımlama ile sonuçlanmayabilir. Zira tanımlama, incelenen varlığın (mevcut) hakkında aksi düşünilemeyen bir hükmün verilmesidir. Nitekim "insan, düşünen canlıdır!" tanımının aksini, bu durum arızı nedenlerle fertlerde ortaya çıkmaya bile, düşünmek mümkün değildir.

Anlam dünyası, birçok etken tarafından her özneye birbirine indirgenemeyecek farklılıklar barındıran bir tarzda meydana gelir. Bu nedenle de anlama, her ne kadar tanımı önceleyen bir süreç olarak görülebilirse de, her zaman subjektif bir karaktere sahiptir. Belki de birçok iletişim ve yorum probleminin temelinde de bu sorun vardır. Çünkü bir ifade, ifade olarak ve lafzı itibarıyla ve hatta mana bakımından objektif olsa da, mananın,

içerisine oturduğu anlam dünyalarının barındırdığı farklılıklar nedeniyle farklı yüklemelere konu olabilir. Anlama ile tanımlama arasındaki fark, tam da bu noktada bulunabilir. Çünkü anlama faaliyetinde, objektif ve aksi düşünülemez bir arayış yoktur. Her zaman yanlış olma ihtimali vardır. Belki de biraz da bu nedenle ulema, kitapların sonunda, "Allah en doğrusunu bilir!" tarzında bir ifadeye yer verir. Zira her tür anlama çabası, belirli bir anlam dünyası içerisinde gerçekleşir, daha da basit söylenecek olursa, insanın kendisi sınırlı bir varlık olduğu için, gerçekleştirdiği anlam faaliyeti de sınırlıdır. Bu sınırlılık içerisinde de aynı zamanda çeşitlidir ve zengindir çünkü değişime açıktır ve mutlak değildir. Fakat tanımlama, özü lafza dökme çabası olduğu içindir ki mutlaktır ve ancak arkadaki anlamın ve tekabül eden olgunun değişmesiyle bir değişime uğraması mümkün olabilir. Örneğin, insanı düşünen canlıdır şeklinde değil de başka bir şekilde tanımlamak iki şekilde mümkün olabilir. Birincisi, tanımlayanın zihinsel kategorilerinin değişmesi veya bozulması; ikincisi ise, "insan" kavramının tekabül ettiği fertlerin bütünüyle değişmesidir. Nihayetinde tanım; zihinler arasında, ortak bir gerçekliğin meydana gelmesini sağlarken, anlama bu ortak gerçekliğe kendi rengimizle katılmamızı sağlar. Anlama, "ilm-i huzur"ye (varoluşsal bilgi); tanım ise, "ilm-i husul"ye (akıl yürütmeyle meydana gelen bilgi) tekabül eder diyebiliriz.

\* İbn Haldun Üniversitesi Felsefe Bölümü.

## A mother, six newborns die every two hours in Yemen

UNICEF, the UN children's agency, has revealed that the brutal war in Yemen has worsened the humanitarian situation for mothers and babies in the country, with one mother and six newborns dying every two hours due to a lack of health services. In the country profoundly affected by a humanitarian crisis, one out of every 260 women dies during pregnancy and childbirth, and one out of 37 newborns dies in its first month of life, UNICEF said, revealing the lack of routine primary healthcare services, crucial for supporting mothers and childbirth. The report indicated that, "One of the war's repercussions that befell Yemen is the clear assault on motherhood and paternity," noting that: "Only 51 percent of all health facilities are operating at full capacity. Thus, these facilities suffer from a severe shortage of medicines, equipment and personnel." UNICEF also said, "The rate of births that take place at home is also increasing because Yemeni families are getting poorer every day."

Yemeni civilians have also suffered from acute malnutrition, starvation and cholera epidemics since Yemen's civil war began in earnest with the launch of the Saudi-led intervention. For several weeks at the end of 2017, the Saudi coalition



imposed a blockade on Yemeni ports that it said was to prevent Houthis from importing weapons. This had a severe impact on Yemen, which traditionally imports 90 percent of its food. Saudi Crown Prince Mohammed bin Salman, who is the former Saudi defense minister, and Saudi Arabia's allies launched Operation Decisive Storm in March 2015. The ongoing war has resulted in the worst humanitarian crisis in the world, with an estimated 24 million people, close to 80 percent of the population, in need of assistance and protection in Yemen, according to the U.N. The World Health Organization (WHO) says some 10,000 people have been killed since the coalition intervened in

2015, but rights groups state the death toll could be five times higher. Amid a series of international warnings, continuing military support from Western countries, which includes arms sales, for the Saudi-led coalition has prompted further fears of escalation in the humanitarian crisis in the country.

### Saudi-led coalition bombings kill children

Many atrocities have been reported so far, which have revealed multiple violations of human rights. In April, the Saudi-led coalition bombed houses and a school in a residential area in the rebel-held capital Sanaa, killing 14 children and leaving 16 critically injured. UNICEF Regional Director for the Middle East and North Africa Geert Cappelaere said the timing of the blast coincided with "lunchtime and students were in class." "The critically injured children, many of whom are fighting for their lives, are now in hospitals in Sana'a. Most are under the age of 9. One girl succumbed to her injuries yesterday morning," Cappelaere said. "It is hard to imagine the sheer horror that those children experienced - and the sheer horror and guilt parents may feel for having done what every parent aspires to: sending their children to school," he added. "Killing and maiming children are grave violations of children's rights."

# Stalk nedir? Stalker kime denir?

**Stalk nedir? Sosyal medyanın her geçen gün etkisini artırdığı bir dönemde karşımıza çıkan stalklamak (stalking) ne demek?**

Stalklamak, milyonlarca kişinin yer aldığı sosyal medya platformlarında her geçen gün daha da fazla duyduğumuz bir tabirdir. Tıpkı "selfie" gibi bazı kelimeler sosyal medyada kısa bir zaman içerisinde popüler oluyor ve günlük hayatta lügatimize dâhil oluyor. Stalk (*stalking*) kelimesi de bunlardan biri.

## Stalk ne demek?

İngilizce bir kelime olan stalk, sosyal medya platformlarında bir kişinin başka bir kişiyi araştırması, sosyal medya hesaplarından gizlice takip etmesi, gözetlemesi ve paylaşımlarını incelemesi anlamlarına geliyor. Sürekli bir başkasını stalklayan kişilere de stalker adı veriliyor. Yani bu gözetleme, gözlemlenme ve inceleme işlemlerini sosyal medya üzerinden gerçekleştiren, stalklayan kişiye stalker deniyor.

## Stalker kelimesini neden son dönemde daha fazla duymaya başladık?

Bunun en önemli sebebi internetin gelişmesinin ardından alternatif platformların çoğalması. Facebook, Twitter ve Instagram gibi sosyal medya platformlarının gücü arttığı için buna bağlı olarak birçok kişinin sosyal medya aracılığıyla kendi hayatlarında olamı ve biteni internete aktarması, insanoğlunun doğasındaki merak duygusunu da evrilterek stalkerlık kavramını hayatımıza dâhil etti.

Stalk durumu, beraberinde mahremiyet kavramını da gündeme taşımış oldu. Mahremiyet ve özel hayat gibi konular stalkerlığın yasal ya da doğru olup olmadığı gibi tartışma konularını da beraberinde getirdi. İlk etapta "masum bir gözlem" olarak düşünülen ve genel geçer olarak bu şekilde kabul edilen stalkerlık kavramı, yavaş yavaş taciz olaylarıyla anılmaya başladı.



Özellikle ünlülerin de sosyal medya hesaplarını kullanmalarıyla beraber "taciz" durumlarının sayısı artmaya başladı ve ünlüler kendilerini stalklayan insanlar hakkında şikâyetçi olmaya başladı. Bu sebepten ötürü de insanların özellikle de sosyal medya hesaplarından paylaşım yaparken stalker olan ve stalker olduğunun farkında bile olmayan kişilere karşı tedbirli davranması bir gereklilik hâline geldi.

## Stalk yapmak bağımlılık mıdır?

Bire bir stalk yapmak bağımlılıktır diyemeyiz çünkü, "merak etmek", insan psikolojisinde kişiyi bir şeyler öğrenmeye, yapmaya ve motive etmeye sevk eden bir dürtüdür. Önemli olan bu merakın düzeyi ve hangi nesneye ne amaçla yöneldiğidir. Bir kişinin başkasının hayatını merak etmesi bir dereceye kadar normal olabilir ama birey, artık kendisine ve çevresine zarar vermeye başladıysa, zihni çoğunlukla izlediği kişiyle meşgul, kıskançlık ve nefret gibi duygular besliyor ve günlük hayatı etkileniyor ise bu kişilerin bir uzmandan yardım alması gerekmektedir.

## Olduğumuzdan farklı mı davranıyoruz?

Sosyal medya kullanımı esnasında oluşan riskli durumlardan biri de; sosyal medyanın verdiği bağımsızlık ortamına bağlı, kişinin olmak istediği yer ile olduğu yer arasındaki uçurumu kapatma çabasıyla kendisini olduğundan farklı göstermesidir.

Buna bağlı olarak kişilerin, gerçek ile yüzleşmekten kaçınması gibi sorunlar ortaya çıkabiliyor.

## Bağımlı olduğumuzu nasıl anlarız?

Bağımlılığın birtakım kriterleri vardır. Sosyal medya bağımlılığı, diğer bütün bağımlılıklarda olduğu gibi ödüllendirme sisteminin devreye girmesi ile oluşan bir durumdur. Bu bağlamda; sosyal medyayı kullanmıyorken eksiklik hissediyorsak, sabah kalktığımızda ilk önce aklımıza elimize telefon almak geliyorsa, her gün normalde geçirdiğimiz saatten çok daha fazla saat geçirmeye başladığımız, telefonu sık sık bildirim gelmiş mi diye kontrol ediyorsak, işlevselliğimiz buna bağlı olarak bozuldu ve aklımız sürekli orada kalmaya başladı ise sosyal medya bağımlısı olma yolunda ilerliyoruz demektir.

## İdeal kullanım süresi ne kadar olmalıdır?

Bu durum kişiden kişiye değişmekte olduğu için ideal bir kullanım süresinden bahsedemeyiz. Çünkü bazı işlerimizin dijital ortamdan yürütülmesi gerekiyor, bunun yanında mesleğini bizzat sosyal medya üzerinden icra etmesi gereken kişiler var. Burada önemli olan, kullanımı kontrol edebilmektir. Bireylerin kendisini tutamayıp sık sık sosyal medyaya yönelmesi, uyku düzeninin bozulması ve günlük hayatındaki işlerini aksatması, ilişkilerinin bozulması o kişiler için bağımlılık açısından riskli bir kullanımdır.

## Turkey presses Hungary to lift transport quota

Turkey is urging Hungary to lift transportation quotas in order to boost trade and benefit consumers, Turkey's industry and technology minister announced. "We maintain all our efforts to lift the transport quota," Mustafa Varank said at the Turkey-Hungary Business Council meeting in Budapest, Hungary's capital. Saying that the limits on the number of transportation permits issued act like a kind of non-tariff barrier to trade, Varank said: "Lifting the quotas will not only facilitate Turkish goods' access to EU markets but also enable European consumers to access more diverse products easier and cheaper." Varank highlighted that in 2018 Turkish exports to Hungary rose 6.6 percent year-on-year to \$1.1 billion, while imports from the country dropped 7.8 percent to \$1.39 billion during the same period. The minister noted that the bilateral trade

volume only totaled \$356 million in 2001 and rose to \$2.5 billion in 2018 despite global volatility. Citing the \$6 billion bilateral trade target set last October by Turkish President Recep Tayyip Erdoğan and Hungarian Prime Minister Viktor Orbán, Varank said: "Considering our potential, we can easily reach our bilateral trade target in the coming days." He also urged Hungarian business circles to invest in Turkey.

## Hurdles to trade

Turkey does nearly half of its total foreign trade with the EU, and some 75 percent of goods are transported via roads. But Turkish-registered goods vehicles that enter the EU each year at the Hungarian, Austrian, and Bulgarian borders face administrative hurdles. These include quota limits



on the number of transport permits that can be issued to Turkish trucks by an EU member state, with demand exceeding the number of permits available. It is estimated that liberalization of transportation could add 3.5 billion euros (\$3.98 billion) to bilateral trade volumes.

# Dijital medya bireyi yalnızlaştırıyor

Üsküdar Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Nazife Güngör, geleneksel aile ve geleneksel iletişim araçlarının belli ölçüde örtüştüğünü söylemenin mümkün olduğunu belirterek, "Her ne kadar özellikle televizyonun aile ilişkilerini zayıflattığını yıllardan beri konuştuyusak da şimdi gelinen noktada dijital medyanın, bireyi tümüyle çevresinden koparıp kendi bireysel dünyasına kapattığını gördükçe televizyonun ne kadar masum kaldığını anlayabiliyoruz." dedi.

Güngör, dijitalleşen çağda, sosyal medya gibi dinamiklerin geleneksel aile değerlerini nasıl etkilediğine ilişkin değerlendirmelerde bulundu. Toplumsal hayata yeni bir teknolojinin, dolayısıyla da yeni bir aygıtın dâhil olmasının toplumda bir şeylerin değişmesine yol açacağını ifade eden Güngör, "Bu araç veya aygıtın, kendi işlevsellik alanında üretim süreç ve ilişkilerine etki etme derecesi çok önemlidir. Yeni bir teknoloji, bir araç veya bir aygıtın, üretim süreçlerine etki derecesi arttıkça, onun toplumsal değişime etkisi de o ölçüde güçlüdür. Nitekim üretim süreç ve ilişkilerinin değişime uğraması, toplumun çeşitli düzeylerindeki ilişkilerin de değişim göstermesi anlamına gelir." diye konuştu.

Güngör, dijitalleşmenin de kendi üretim biçim ve süreçlerini beraberinde getirdiğini anlatarak, şu değerlendirmelerde bulundu: "Küçülen ve taşınabilir makinelerle birlikte üretim biçim, ilişki ve süreçleri de tek merkezlikten çıkıp çok merkezli, hızlı ve taşınabilir hâle geldi. Yani mekân ve zamanın esneklediği, merkeziliğin ortadan kalktığı yeni bir üretim biçimi oluşmaya başladı. Buna bağlı olarak çalışma hayatı, çalışma dışı zaman kullanımı, iş ve iş dışı ilişkiler pek çok şey değişim sürecine girdi. Her toplumda medya; genelde o toplumun siyasal, ekonomik, kültürel ve diplomasi gibi dinamiklerinden beslenir. Dijitalleşmeyle birlikte medya, ekonomik açıdan büyük medya tekellerinin kısılcından çıkmaya başladı. Bir dizüstü bilgisayarla bir gazete çıkarabilir, televizyon yayını yapabilirsiniz. Dolayısıyla da büyük sermayeye gerek olmayabilir."

Kültürel açıdan dijital medyanın; herkesin, her kültürel kesitin temsil edilebildiği bir alana doğru evrildiğini aktaran Güngör, bunun da kültürel çoğulculuğun yerleşmesi açısından önemli olduğunu söyledi.

## Dijital medya ve toplumsal etkileri

Güngör, dijital medya ve toplumsal etkisinin olumlu yöne gitmesinde hukuksal sınırların



önemli olduğunu dile getirerek, "Herkesin kendisine yer bulabildiği, kendisini ifade edebildiği bir ortamın elbette olumlu etkileri vardır. Ancak sistem kurulmazsa, hukuksal kurallar ve normlar oluşturulmazsa yarar yerine zarar da getirebilir. Her şeyden önce bilinçli toplum, bilgi ve akıl sahibi, eğitilmiş vatandaşların varlığı önem taşımaktadır." dedi.

Güngör, insanlar arası ilişkilerin çözüldüğü, bilgi paylaşımı açısından da daha yoğunlaştığı bir toplumsal yapıya doğru gidildiğine vurgu yaparak, şunları kaydetti: "Yani çok bilgi, az ilişki biçiminde bir yapı. Huzur ve mutluluk konusu ise gelecekteki o dönem insanların duygu, ruh ve akıl yapılarına bağlı olacağı için şimdiden bir şey söylemek çok zor. Geleneksel aile ve geleneksel iletişim araçlarının belli ölçüde örtüştüğünü söylemek mümkün. Her ne kadar özellikle televizyonun aile ilişkilerini zayıflattığını yıllardan beri konuştuyusak da şimdi gelinen noktada dijital medyanın, bireyi tümüyle çevresinden koparıp kendi bireysel dünyasına kapattığını gördükçe televizyonun ne kadar masum kaldığını anlayabiliyoruz. En azından insanlar bir dizi ya da film izlemek, haber dinlemek için televizyon başında bir araya toplanabiliyorlardı. Konuşmalar bile, birbirlerini görüyorlardı. Bugün ise bireyler aynı evde ama kendi odalarına kapanarak bilgisayarlarıyla baş başa kalırken, diğer bireylerden tümüyle soyutlanmaktadır. Bu da dijitalleşmeyle bireyselleşme, dolayısıyla da grup yapısının dışına çıkma, kendi sanal kalabalıklığında kaybolup gitme tehlikesini getiriyor."

## Yeni medya kullanımında ebeveyn eğitimi

Prof. Dr. Nazife Güngör, dijital medyanın aile ilişkileri açısından, kontrol altına alınmadığı, insanların, özellikle de ailelerin, yeni medyayı kullanım konusunda gerekli biçimde eğitilmemesi durumunda sonucun olumlu olmayacağını söyledi.

Medyanın her ne olursa olsun dışarıdan birtakım değerlerin, davranış biçimlerinin, yaşam biçimlerinin aktarıldığı mecralar olduğunu anlatan Güngör, "Dolayısıyla da bir toplumun medyasının içeriği oluşturulurken o toplumun özgün kültürel geleneğinin, değerlerinin, yaşam biçimlerinin, medyanın içeriğindeki yer alışı yoğunluğuna bakılması ve medyadaki içerik oluşturma planlamasının da ona göre yapılması gerekir. İnsanlar: i medya aracılığıyla elbette farklı içeriklerle, başka kültürlerle, başka toplumlarla tanışsınlar, onlar hakkında bilgileninler ama kendilerine özgü olanın da dışarıda tutulmaması gerekir. Bu oranın ayarlanması da bir planlama işidir, profesyonellik işidir." diye konuştu.

Güngör, yeni medya kullanımında eğitimin önemine işaret ederek, "Dijital medyanın ya da yeni medyanın kullanımı konusunda ilkokuldan başlayarak eğitim verilmesi zorunludur. Öncelikle örgün eğitim içerisinde medya okuryazarlığı ve hatta yeni medya okuryazarlığı konuları yeterli oranda yer almalıdır ve bu derslerin konunun uzmanlarıca verilmesi sağlanmalıdır. Ayrıca yetişkin seminerleri gibi birtakım eğitim programlarıyla da sürecin desteklenmesi gerekir." ifadesini kullandı.

## Örnek bir eğitim modeli: Harezmi Eğitim Modeli

"Harezmi Eğitim Modeli", disiplinler arası yaklaşımı yeniden yorumlayarak farklı disiplinlerin eş değerde yer aldığı, iş birliğini benimseyen, bilgisayar bilimi öğretimini sosyal bilim dalları ile bütünleştiren, bilgi işlemsel düşünme becerilerinin hayata adapte edildiği, programlama ve öğretim araçlarının etkin kullanıldığı, robotik ve oyun tasarımıyla eğlenerek üreten, kendini sürekli güncelleyen bir eğitim modeli olarak öne çıkıyor. Bu model, 2018-2019

Eğitim Öğretim yılında 196 devlet okulu ve 7 özel okulda uygulandı. Hayal gücünü geliştirip ahlaki değerleri benimsetmeyi amaçlayan "Harezmi Eğitim Modeli" ile 4 bin 112 öğrenci eğitim aldı. Eğitim öğretim yılının sonunda Yıldız Teknik Üniversitesinde Harezmi Şenliği düzenlendi. Şenliğe TRT gençlik korusu da katıldı. Öğrenciler, yıl boyu yaptıkları çalışmalarını sergiledi. Heyecanla projelerini anlattı.



# “Kim ne derse desin; haber denilince hâlâ akla gelen ilk şey gazetedir”



Haber/Röportaj

Metin Yüksel



**Haber/Röportaj: Muhammed Akaydın**

Sabah gazetesi için hiç şüphesiz merkez medyanın en merkezi dersek kimse itiraz etmez. Hem geçmişte hem de günümüzde gündeme damga vuran birçok manşeti, haberi vb. Sabah gazetesinden okuduk. Şüphesiz gazetenin mutfağında da çok ciddi bir kadro var. Bunların başında da Sabah Gazetesi Genel Yayın Yönetmen Yardımcısı Metin Yüksel geliyor... Metin Yüksel'e merkez medyayı, merkez medya ve gazetecilik ilişkisini, yeni medyayı vb. sorular sorduk. Yüksel, röportajın başlığından da anlaşılacağı gibi haber eşittir gazete dedi. Keyifli okumalar...

**Metin Bey, bugün “merkez medya” deyince nasıl bir tanımlama yaparsınız? Merkez medya tanımı nasıl bir değişim geçiriyor?**

Bu soruya yazılı medyada çalışan biri olarak gazetecilik üzerinden cevap vermek istiyorum: Marjinallikten uzak, Türkiye'nin varoluşuyla ilgili temel değerleri savunan, toplumun bütün katmanlarına hitap eden bir yayıncılık anlayışını



**Medyanın uluslararası alanda kesinlikle operasyonel ve algı oluşturma aracı olarak kullanıldığı artık tartışma götürmez bir gerçek. Batı, bu işi iyi yapıyor.**

benimseyen medyaya merkez medya diyorum. Bu tanımı bugünden yarına hemen değiştirecek bir etki görmüyorum.

Türkiye'nin temel değerleri, bireysel özgürlükler, başta kadın, çocuk, öğrenci, gençlik, çalışan kesimler olmak üzere 82 milyonluk Türkiye'nin bütün katmanlarına hitap eden bir yayıncılık anlayışı kolay kolay değişmez. Merkez medyanın, ülkenin temel değerleriyle ilgili yayın yaparken zaman zaman savrulduğu oluyor. Ancak genel okur profili Türkiye'de, medyaya bu çerçevenin dışına çıkma fırsatı vermez. Geçmişte terör örgütlerinin Türkiye'nin vicdanını yaralayan bazı eylemlerine gerekli tepkiyi göstermeyen bazı medya kuruluşlarına verdiği tepki hâlâ hafızalarda. En azından uzun bir süre daha bunun böyle devam edeceğini düşünüyorum.

**Özellikle değişen dünyada merkez medya, hem uluslararası hem de ulusal olmak üzere nasıl bir etkiye sahip? Bu etki alanının genişlediğinden bahsedebilir miyiz?**

Kim ne derse desin; haber denilince hâlâ akla gelen ilk şey gazete ve gazeteciliktir. Bugün yazılı medyanın tirajları on, on beş sene öncesiyle kıyaslandığında hızlı bir düşüş içinde olduğunu görüyoruz. Ancak gazeteler, etki anlamında hâlâ lider bana göre. Haber televizyonlarına ve haber sitelerine gazete haberlerinin yaptığı katkı büyük... Gazetelerin ürettiği özel içerikler, hem televizyonları hem de haber sitelerini besliyor. Ayrıca alanlarında uzmanlaşmış, mesleğe yıllarını vermiş yazarların yorumları da etkili. Ulusal ve uluslararası arenada gazetelerin ürettiği özgün haberler ve yorumlar ciddi etki oluşturuyor.

**Şayet bugün merkez medyanın etkileri genişlediyse, bunun yarattığı sorunlar var mı? Özellikle uluslararası medyada manipülatif bir merkez medya ile karşı karşıya olduğumuz söylenebilir mi?**

Medyanın uluslararası alanda kesinlikle operasyonel ve algı oluşturma aracı olarak kullanıldığı artık



**Türkiye'nin temel değerleri, bireysel özgürlükler, başta kadın, çocuk, öğrenci, gençlik, çalışan kesimler olmak üzere 82 milyonluk Türkiye'nin bütün katmanlarına hitap eden bir yayıncılık anlayışı kolay kolay değişmez.**

tartışma götürmez bir gerçek. Batı, bu işi iyi yapıyor. Son yedi sekiz yılda bunun o kadar çok örneğini gördük ki... ABD'nin Irak'ı işgalinden önce Batı medyası aracılığıyla Saddam'ın kimyasal silah ürettiğine ilişkin o kadar çok haber yapıldı ki, ABD, bu iddiayı işgale gerekçe yaptı. İşgalden sonra Irak'ta bir milyona yakın masum insan katledildi. ABD sonra, “Pardon! Irak'ta kimyasal silah yokmuş.” dedi. Bunları yaşadık.

Objektiflik, tarafsızlık gibi mesleğin olmazsa olmaz ilkeleri Batı tarafından hep dile getirildi. Ağızlara sakız yapıldı. Başka ülkeleri suçlama aracı yapıldı. Ancak Batı medyası hiçbir zaman tarafsız, objektif ve yansız olmadı. Bize etik, ahlak sopası sallarken medyayı kendi çıkarları için acımasızca kullandı. Yüzlerce örneği var bunun.

**Merkez medya ile yeni medya ilişkisini nasıl görüyorsunuz?**

Yeni medyadan kastımız sosyal medya ise yine biraz önce söylediğim gibi bu mecraları hâlâ yazılı medya büyük oranda habercilik açısından besliyor. Sadece burada ciddi bir sorun var. Sosyal medya; haberin tümüyle ilgilenmeyip, kopyala yapıştır kolaylığıyla haberi amacından saptırabiliyor.

**Yeni medya özellikle gençliğin yakalanacağı bir platform. Bu çerçevede merkez medya, gençliğin beklentilerine yanıt verebiliyor mu?**

“Gençler artık gazete, kitap okumuyor!” şeklinde bir yakınmamız var ya, bu kısmen doğru. Dijital çağda gençlere basılı yayın okutmak zorlaşıyor. Ama sosyal medya mecralarında dolaşan gençliğin dikkatini çeken birçok yazı ve haberin de yazılı medyadan alındığını hesaba katmak gerekiyor.

**Sizce yeni dönemde merkez medyanın sorumlulukları ve iletişim stratejisi nasıl belirlenmeli? Böyle bir “belirlemeye”, yeni bir yol haritasına ihtiyaç var mı?**

Kesinlikle var. Yeni bir dile, yeni bir yaklaşıma acilen ihtiyaç var. Toplumun, özellikle de gençliğin beklentileri, değişen alışkanlıkları, değişen tercihleri doğrultusunda medya dilinin acilen değişime ihtiyacı var.

## Aradığınız kitleye ulaşamıyor

MUSTAFA TAŞÇI \*



Kitle iletişim araçları, matbaanın (*icadından değilse de*) yaygınlaşmasından beri hızla çeşitleniyor. Milattan sonra 2. yüzyıldan itibaren Çinlilerin ahşaba kazıyarak hazırladıkları sayfa kalıbı ile baskı yapabildikleri tahmin ediliyor. 11. yüzyılda Bi Sheng isimli Çinli bir mucit harfleri ayrı ayrı basabileceği bir teknik geliştirerek önemli bir merhale kat ediyor. Yakın coğrafyalara bu teknoloji ulaşsa da kâtipleri işinden edemiyor; yeterince ilgi görmüyor. Doğu Türkistan'daki Uygurların Çinlilerden bu teknikleri öğrendiği, Müslümanların da erken dönemde bu teknolojiyi transfer ettiği biliniyor. Fakat kâğıt kullanımının yaygınlaşması kadar baskı teknikleri çeşitlenmiyor. Takvimler 15. yüzyılın ortalarını gösterdiğinde Johannes Gutenberg sahneye çıkıyor. Hem mürekkep amacıyla kullandığı boyayı hem harf kalıpları için kullandığı malzemeyi geliştirince işin seyri de değişiyor. Bu önemli gelişme, insanlık için büyük fakat kendisi için gerçekten küçük bir adım olarak kalıyor. Bir bankacı olan Johann Fust'tan borç alarak kurduğu matbaayı ona devrederek ikinci başarısız ticarî girişimine kadar tarih sahnesinden siliniyor. Yüksek bir yere çıkıp kalabalıklara seslenmek kitlesel iletişimin ilk yöntemi sayılabilir mi tartışılır fakat etkisini bugün tamamen yitirdiğini söylemek zor. Tabii burada "kitle"yi "bireyler"den ayıran şeyin hatibin hitap ettiği kişileri

tanımıyor olmasının altını çizmek gerekiyor. Zira diğer türü literatürde kişisel iletişimin veya grup iletişiminin sınırları içerisinde değerlendiriliyor. Bununla birlikte "diğerleri"nden yüksekte olmanın, diğerlerinden yüksek sesle konuşmanın, farklı giyinmenin, kısacası diğerlerinden ayrışmanın etkisini insanlık tarihi kadar eskiden beri biliyoruz. Bugün de o kalabalıktan sıyrılmamız zorluklarını yaşamaya devam ediyoruz. Reklamcılar, özellikle Batı'da, 20. yüzyılın ikinci yarısı televizyonun iyice yaygınlaşması ve reklamcılığın profesyonelleşmesiyle aksi yönde ayrışmayı da denemeye başladılar. Büyük ve ses getiren kampanyalarda alışılanın aksine logoları küçültmeye, fikri büyütme başladılar. "Konumlandırma" kavramının literatüre girişi tarihi çok net olmasa da Al Ries ve Jack Trout, bu dönemde kavramı kitaplaştırarak alanı tahkim ettiler. Uzun zamandır markalar, tüketicilerin zihninde mevcut bir konumu kapma veya yeni bir konum yaratma derdindeler. Böylece biz onca marka kalabalığının içinde rakibini gördüğümüzde bile asıl konumun sahibini hatırlamaya başladık.

\*\*\*

Uzak Doğu başkentlerinden birini hayal edin. Akşam hava kararınca tabela ışıklarından başka bir şeyin görünmediği yoğun caddeler... Tıklım tıklım dolu Shibuya'nın insan kalabalığı... Binaları saran devasa dijital ekranlar... Hatta sadece görüntü vermekle yetinmeyip özel izinle sesli olarak oynatılan reklamlar... Tüm bu manzara o kalabalığa bir şeyler söylemeye çalışan reklam verenlerle

"süs"lenmiş durumda. Turistler etrafı görebilmek için ara sıra kafalarını kaldırıyor. Yerliler yolda yürüyebilecek kadar önlerine bakmakla yetinmiyorlar. Fakat herkesin gözünü en çok meşgul eden ekran, ellerindeki telefonlar. Tepenize düşecekmiş gibi göğü saran dev binanın ekranındaki reklam, önünden geçerken telefonunuza da düşüyor: Et-tekraru ahsen velev kane yüz seksen. Ne kadar tekrar ederse etsin gördüklerimiz azalıyor, baktıklarımızı çoğaldıkça. Başarılı iletişimciler hedef kitlelerine ulaşmak için daha az tüketilmiş mecraları daha kişiselleştirilmiş mesajları tercih ediyorlar. Bu eğilimi, yayıncılıkta da gözlemlemek mümkün. Kişiselleştirilmiş olmasa da temalara ayrılmış televizyonlar bir dönem hızla çoğaldı. En azından

"herkesi" hedeflememek gerektiğini fark edenler çıkmıştı. Süreli yayınlar yani gazete ve dergi gibi mecralar da kalıcı olmak için benzer bir tesir göstermek, okuyucusunun her zaman ilk sıralarda hatırladığı marka olmak istiyorlar. Fakat okuyucu kitlesinin zihni çok

dolu ve yeni isimler için de karnı çok tok. Basın, sektörel olarak güven vermediği için çoğu aktör "güvenilir" olma iddiasıyla sahneye çıkıyor, kısa vadeli hesaplarla uzun vadede medya çöplüğüne gömülüyor.

Hâsılı kelam "arama"nın bu kadar kolaylaştığı bir çağda ne biz aradığımızı bulabiliyoruz ne de arayan bize ulaşabiliyor. Aslında yokluktan değil, çokluktan... Herkese hitap etmek isteyip kimseye kalıcı olarak ulaşamayan göndericilerin, adresinden hiçbir zaman tam olarak emin olamayan seyyar alıcılarıyız.

\* TRT2 Kreatif Direktör.



## Kartal Anadolu İmam Hatip Lisesi, robotik alanda dünya dördüncüsü oldu

Dünyanın en büyük araştırma proje yarışması olan INTEL-ISEF'de (*INTEL Uluslararası Bilim ve Mühendislik Yarışması*) bu yıl ülkemizi Robotik alanında Kartal Anadolu İmam Hatip Lisesi öğrencisi Musa Sadık Ünal temsil etti. Musa Sadık, 80 ülkeden yaklaşık 1700 yarışmacının katıldığı organizasyonu Dünya Dördüncüsü olarak tamamladı. Ülkemizin önde gelen okullarından Kartal Anadolu İmam Hatip Lisesi, kazandığı başarılarla göz dolduruyor. Üniversite giriş imtihanlarında aldığı birinciliklerle bilinen okul, şimdi proje yarışmaları ve olimpiyat dereceleriyle de adından sıkça söz ettiriyor. "Türkiye'ye öncü, dünyaya örnek" eğitim kurumu vizyonuyla çalışmalarına devam eden okul, uluslararası arenada da ülkemizi başarıyla temsil ediyor.

### Son sevindirici haber ABD'den

Portekiz'den Bahreyn'e, Çek Cumhuriyetinden İsveç'e kadar birçok ülkede Kartal AİHL öğrencileri Dünya şampiyonluğu elde eden projelere imza atmış durumda. Son sevindirici haber ise Amerika'dan geldi. Her yıl düzenlenen Intel ISEF (*International Science and Engineering Fair - Uluslararası Bilim ve Mühendislik Yarışması*) üniversite öncesi eğitimde dünyanın en büyük uluslararası araştırma yarışması olarak öne çıkıyor. Etkinlikte 80'in üzerinde ülkeden yaklaşık bin 700 öğrenci bir araya geliyor, birbirinden ilginç projelerini sergiliyor ve yarışıyorlar.

### TÜBİTAK'ın ISEF'teki rolü

Küresel bir bilim projeleri yarışması olan Intel ISEF'de TÜBİTAK, bu yarışmada Türkiye'yi temsil edecek öğrencileri ve projeleri belirliyor. TÜBİTAK,

her yıl Mayıs ayında yapılan bu yarışmaya 10 civarında proje ile katılarak Türkiye'yi temsil ediyor. TÜBİTAK lise öğrencileri arası proje yarışmalarında 2017 ve 2018 yıllarında üst üste iki yıl Türkiye derecesi yapan Kartal AİHL öğrencisi Musa Sadık Ünal ülkemizi robotik alanında temsil etti. Bugüne kadar ulusal ve uluslararası yarışmalarda birçok ödül kazanan Ünal, "Görme Engelli Bireyler İçin Açık Kaynak Kodlu Yazılım ve Donanım Ekosisteminin Kurulması" isimli projesi ile yarışmada yer aldı. Ülkemizi başarıyla temsil eden Ünal, Intel ISEF 2019'da ülkemiz için en iyi derece olan dördüncülüğü kazandı.



## İleri teknolojide güvenilir habere erişememek

OSMAN DOĞAN \*



Web 2.0'la birlikte kullanıcılar hem içerik üreticisi hem tüketicisi oldu. Bu durum birçok ülkede geniş bir toplum kesimi tarafından mutlulukla karşılandı; demokratik katılım ve ifade özgürlüğü alanında önemli fırsatlar sunacağı varsayıldı. Birçok kişi web siteleri açtı, blog yazarlığına başladı ve sosyal medyada profiller oluşturdu. Çoğumuz bu akımdan şu ya da bu şekilde etkilenip vazifelerimizi yerine getirdik. Yıllar içinde web tabanlı mecraların faydaları kadar güvenilir olmayan bilgiyi yayma gibi zararları da olduğu anlaşılmaktadır. Bu yazıda ise ülkemizde yalan haberin yaygınlığı ve medyanın kamuoyuna hesap vermesiyle ilgili yeni şartlar sorgulanmaya çalışılacaktır.

Televizyon, gazete ve radyo gibi iletişim mecralarının etkili olduğu dönemlerde medya organları, haber yapma ve bu haberleri topluma ulaştırmada merkezî bir konuma sahiplerdi. Basın yayın organları kurma hakkı, sınırlı sayıda gazete ve televizyon sahibine tevdi edilmişti. Türkiye'de yıllar içerisinde Simavi ailesi gibi gazeteci ailelerin idare ettiği habercilikten 1980 sonrası iş adamlarının yönetimindeki medya sahipliğine geçilmiştir. Son dönemde ise hükümet taraftarları ve düşmanları şeklinde iki cepheye ayrılmış bir habercilik dönemi yaşanmaktadır. Dijitalleşmeyle birlikte gazete satışları düşerken haber siteleri ve sosyal medya mecraları habere erişimde önem kazanmıştır. Artık sosyal medya mecraları, eğlence etkinlikleri dışında habere ulaşmak içinde merkezî bir konuma erişmiştir. 2017 yılında Reuters Enstitüsünün yaptığı Dijital Medya Araştırması başlıklı rapora göre kullanıcıların yüzde 89'u haberi sosyal medya

üzerinden okumakta, yazılı basın ve radyonun giderek haber almada daha az tercih edildiği gözlemlenmektedir. Bu veriler, dijitalleşmenin haber okuma alışkanlıklarını kökten değiştirdiğini ve geleneksel basının televizyon hariç haber kaynağı olma vasfını kaybettiğini ilan etmektedir.

Sosyal medyada haber sitelerinin yalan haber yapması ciddi bir sorun hâline gelmiştir. Kamuoyu yalan habere artık daha sık maruz kalmakta ve bu durum karşısında caydırıcı bir yasal çerçeve bulunmamaktadır. Örneğin Dokuz Eylül Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. İbrahim Emiroğlu'nun 22 Kasım 2018'de yapılan bir konferansta, "Âdet olmak hastalıktır!", "Laiklik en büyük tehlikedir!" ve "15 yaşında kızlar evlenebilir!" dediği iddia edilerek Prof. Dr. İbrahim Emiroğlu'na atfedilen bu beyanlar Cumhuriyet ve Sputnik Türkiye web sitelerinde haber yapıldı ve sosyal medya hesaplarında paylaşıldı. Devamında birçok haber sitesi aynı iddiayı yaydılar. 13 Aralık 2018'de bilgi ve haber doğrulama sitesi teyit.org iddiaları yalanladı.

Konuyla ilgili Cumhuriyet ve Sputnik Türkiye web haber siteleri çalışanları yaptırımlarla karşılaşsa bile yalan haberi yayan diğer haber sitelerinin yasal olarak sorumlu tutulamayacağı ifade edilmektedir. Kamuoyuna hesap verme ve meslek ilkelerinin yerinde yeller eserken, kişiler ve kurumların linç edildiği bir habercilik dönemine şahit olmaktayız. Daha evvel de birçok siyasetçi, ilahiyatçı ve gazeteciyle ilgili iftiralar haber görünümünde sunulmuştu. Ayrıca Twitter gibi sosyal medya mecraları, iftira ve ithamların daha fazla yayılmasına sebep olmakta ve milyonlarca kullanıcıya ulaştırmaktadır. Ülkemizde maalesef birçok kişi, kurum ve şirket bu tür iftira kampanyalarına karşı korumasızdır; bir konuşma, fotoğraf veya video, bağlamından koparılarak yalan haber yapmak ve yaymak için yeterlidir. Merak edenler haber doğrulama sitesi teyit.org sitesine girip ülkemizde hangi konularda ne kadar yalan haber yapıldığını öğrenebilirler. Doğrusunu söylemek gerekirse mevcut durum pek içi açıcı değildir, yalan haber günlük hayatımızın bir parçası hâline gelmiştir.

Diğer bir sorun da, sosyal medya mecralarında (Facebook, Twitter, Youtube) olağanüstü durumlarda

(terör, doğal afet vb.) yayılan içeriklerin söz konusu platformlardan kaldırmanın zorluğudur. Mesela 15 Mart 2019 Cuma günü Yeni Zelanda'nın Christchurch şehrinde yaşanan terör saldırısından 10-15 dakika önce kimliği olmayan bir kullanıcı alternatif sağ taraftarların sık kullandığı mesajlaşma platformu "8chan"de söz konusu saldırıya dair bir mesaj paylaştı. Ayrıca söz konusu mesajda planlanan saldırının Facebook üzerinden canlı yayın linkini ekledi. Bu saldırı, baş kamerasıyla Facebook Live uygulamasıyla canlı yayınlandı; katilin 76 sayfalık İslam karşıtı ve beyaz ırkın üstünlüğünü savunan ideolojik programı, katliamdan kısa süre önce webde birçok dosya paylaşım sitesine yüklenerek erişime açıldı. Saldırı sırasında kaydedilen video, Youtube'a yüklenerek mümkün olan en geniş izleyici kitlesine ulaşması hedefiyle Facebook ve Twitter'da bağlantı linkleri paylaşıldı. Tüm bu yaşananlar bilgiye eşit erişimi sağlayıp demokratikleşmeyi ve ifade özgürlüğüne katkı sunacağı varsayılan sosyal medya mecralarının ne kadar zararlı olabileceğini göstermiştir.

Geleneksel medyanın hâkim olduğu dönemde gazetecilik ilkeleri gözetilerek yapılan habercilik anlayışı, başka sorunları bulunmakla birlikte kolayca yalan haber ve bilgi saptırmalarına izin vermiyordu. Burada geleneksel medyada çalışan gazetecilerin kusursuz kişiler olduğunu iddia etmiyorum, söylemeye çalıştığım şey gazetecilerin yaptıkları haberlerin güvenilirlik ölçüsünün meslekî etik ilkelere göre belirlenmesidir. Geleneksel medya döneminde bir gazetenin veya televizyonun yalan haber yapması hem basın kanunu hem de kamuoyu nezdinde yaptırımlara tabii idi. Günümüzde internet tabanlı teknolojiler haber toplama, yayma ve geri dönüş alma noktalarında gazetecilere muazzam imkânlar sunmaktadır. Ancak dijital haberciliğin gelir yönteminin belirsizliği ve gazetecilik meslek ilkelerinin henüz belirlenmemiş olması haber başta olmak üzere doğru ve güvenilir içeriğe ulaşmayı zorlaştırmaktadır. Umuyoruz ki zaman içerisinde saydığımız sorunlar aşılır. Aksi takdirde güvenilir bilgiye ve habere erişemeyen vatandaşların ve kurumların aldıkları hatalı kararlar, geri dönüşü imkânsız sorunlara yol açacaktır.

\* İbn Haldun Üniversitesi Medya ve İletişim Bölümü.

## Terrorism threat in Europe still high, Europol says

EU's police agency Europol announced that the threat from terrorism is still high in the EU countries. Although there have been fewer attacks in 2018 than last year, more attempts by terrorist groups have been disrupted than the year before, the report added. Terrorist attacks killed 13 people in the EU in 2018 and all the perpetrators were terrorists, Europol said. The increase in arrests of right-wing extremists in the EU from 20 in

2017 to 44 last year "indicates that extremists of diverging orientation increasingly consider violence as a justified means of confrontation," the report added. EU member states reported 129 terrorist attacks in 2018, of which 24 failed or were foiled – a decrease from 205 attacks in 2017. Separatists or ethno-nationalists alone carried out or attempted 83 attacks last year making them the biggest group of perpetrators, the report said.



# Mısır'ın şehit lideri Muhammed Mursi

“ Muhammed Mursi, 8 Ağustos 1951 tarihinde, Mısır'ın kuzeyindeki Şarkiye iline bağlı Eladva köyünde doğdu. Beş kardeşin en büyüğü olan Muhammed Mursi ilk eğitimini orada aldı. Babası çiftçi, annesi ise ev hanımıydı. Mısır'da darbe sonrasında yönetimden el çektirilen Muhammed Mursi, ülkenin demokratik yollarla seçilen ilk ve Mısır Arap Cumhuriyeti'nin 5. cumhurbaşkanıdır.

■ **Tam adı Muhammed Mursi İsa el-Eyyat** olan Mısır Cumhurbaşkanı, 8 Ağustos 1951 tarihinde, ülkenin kuzeyindeki Şarkiye ilinde doğdu.

■ **İlk eğitimini** memleketinde alan Mursi, daha sonra **Kahire Üniversitesinde mühendislik** okudu. Lisans eğitimini **1975** senesinde **Kahire Üniversitesinde onur belgesi** ile başarılı bir şekilde tamamladı.

■ **Kaliforniya** Eyalet Üniversitesinde **1985** yılında doçent olan Mursi, daha sonra ülkesine dönerek akademik çalışmalarını **Zagazig Üniversitesinde** sürdürdü.

■ **Zagazig Üniversitesinde** **1985** senesinden **2010** senesine kadar **mühendislik fakültesi dekanı** olarak görev yaptı.

■ **Mısır cumhurbaşkanlığı** koltuğuna ulaştıracak politik kariyeri **Müslüman Kardeşler Hareketi** içerisinde **2000** yılında başladı.

■ **Müslüman Kardeşler**'in yasal olarak seçime katılmaları mümkün olmadığından parlamentoya bağımsız siyasetçi olarak girdi ve **2000-2005** yılları arasında **milletvekili** olarak görev yaptı.

■ **Hüsnü Mübarek**'in devrildiği **2011** yılındaki ayaklanmalara muhalif olarak destek veren Mursi, daha sonra Müslüman Kardeşler'in kurduğu **"Hürriyet ve Adalet Partisi"**nin genel başkanı seçildi.

■ **2012** Mısır Cumhurbaşkanlığı seçimlerinde Müslüman Kardeşler'in aday gösterdiği Hayrat Şatır'ın adaylığı düşünce, yerine Muhammed Mursi seçildi.

■ **Mursi**, ilk turda yüzde 25,5 oy aldı ve ikinci tura girmeye hak kazandı. İkinci turda da oyların yüzde 51,73'ini alarak Mısır'ın 5'inci ve ilk seçilmiş Cumhurbaşkanı oldu.

■ **Mursi**'nin Cumhurbaşkanı seçilmesinin yıl dönümü olan 30 Haziran 2013'de başlayan eylemler sonrasında 3 Temmuz'da Mısır ordusu yönetime el koydu. Mursi ise darbeyi kabul etmediğini açıkladı ve direnme çağrısında bulundu. Darbe sonrasında Muhammed Mursi'nin gözaltına alındığı açıklandı.

■ **16 Mayıs 2015** günü mahkeme tarafından idam cezasına çarptırıldı. 16 Haziran 2015 günü hakkında açılan **"casusluk"** davasından müebbet hapse mahkûm olurken, **"cezaevi baskınları"** davasında ise mahkeme idam kararını onadı.

■ **17 Haziran 2019** tarihinde, 68 yaşında, Cumhurbaşkanı seçilmesinden yedi sene sonra mahkeme salonunda, gerekli müdahale yapılmadığı için şehadete yürüdü.



## Mursi'nin sözleri...

“ Allah şahidimdir. Görevim boyunca yolsuzluk ve suçlarla mücadeleden geri durmadım. Doğrularım da oldu hatalarımda. Ancak bana verdiğiniz emanete ihanet etmedim ve etmeyeceğim. Yıllarımı onların suçlarıyla mücadele için harcadım, yaşadığım müddetçe de mücadeleleme devam edeceğim.”

“ Birlik içinde olun ayrılmayın. Birbirinizle çekişmeyin. Sonra içinize korku düşer ve gücünüz, devletiniz elden gider.”

“ Mısır'ın özgür halkına benden selam söyleyin. Onlara deyin ki, Mursi sonuna kadar direnecek. Dinimi, dünyalığa satmayacağım.”

“ Ben, çocuklarımızı korumak, bizden sonra gelecek olan evlatlarımızı korumak istiyorum. Onlar geleceğimizin anneleri ve babaları... Onlar da çocuklarına anlatacaklar, sizin ecdadınız 'adamdı' diyecekler.”

“ Hiçbir zaman haksızlığa boyun eğmeyin ve hiçbir zaman alçalıp vatanımızın, haklarımızın, hukukumuzun ve dinimizin en azını bile vermeyi düşünmeyin. Bu haklarımızın bedeli için benim kanım akacaksa ben bu vatan için kurban olmaya hazırım.”

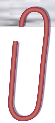
“ Sakın aldanıp tuzaklara düşmeyin. Hak ve hukuktan vazgeçmeyin. Allah bizlere şöyle buyuruyor: Allah, emrinde galiptir. Fakat insanların çoğu bunu bilmezler.”

“Düşmanlarım bana ne yapabilirler ki, ben cenneti yüreğimde taşıyorum, öldürülmem şehadettir.”

23  
yıldır

# Anne kucağı gibi güvenli yarınlara

TÜRGEV yurtlarında kalan 10.000'i aşkın kız öğrenci, sizlerin desteğiyle hayallerine kavuşuyor; binlerce ailenin umudu burada büyüyor.



**32** İlde Faaliyet

**49** Yükseköğretim Yurdu

**11** Ortaöğretim Yurdu

**1125** Seminer, **328** Sınıf

**81** Atölye ile Yıl Boyu Eğitim



**TÜRGEV**

## Unutmamalıyız...

GÖKHAN GÖKÇE \*



nsan hayatında unutulmaması gereken pek çok şey olduğu bir gerçek... Ancak toplumsal unutkanlık ya da toplumsal olayların -birçok iç ve dış etki ile- unutulması, bireylerin ve tabii ki ülkelerin ilerlemesinin önündeki engellerden birisi. Türkiye’de yaşayan bizler, ülkenin toplumsal ve siyasî yapısını çok yakından ilgilendiren hatta bu yapıları bozan ve geriletken olayları unutmaya epey yatkınız. Mesela 6-7 Ekim olayları, varlık vergisi uygulaması, İstiklal Mahkemeleri, Kahramanmaraş olayları, 33 sivil askerin terör örgütü PKK tarafından şehit edilmesi gibi Türkiye’nin yapısını her daim etkileyen olayları kaçımız tam olarak hatırlıyoruz? Ama en az bunlar kadar unutulmaması gereken şey “darbeler.” Türkiye ne yazık ki klasiğinden post-modernine, epey kalın bir “darbeler tarihine” sahip. Hele muhtıralar eklendiğinde bu kalın “darbe tarihi”

daha da kalınlaşıyor. Cumhuriyet tarihine 27 Mayıs 1960, 12 Mart 1971, 12 Eylül 1980, 28 Şubat 1997 ve 27 Nisan 2007’deki muhtıra damgasını vurdu. Hepsi toplumu savurdu, bireyleri insanlıklarından utanır hâle getirdi, ekonomiyi yerle bir etti ve ayrıştırdı. Ama ne gariptir ki, hepsi öyle bir olgunlaştırıldı ki, halk bu darbeler gerçekleştiğinde derin bir “oh” çekti. Bu “oh”ların iki istisnası var. İlki, “Cumhurbaşkanı eşi başörtülü olamaz” tartışmaları sonucu dönemin Genelkurmay Başkanı Orgeneral Yaşar Büyükanıt tarafından bizzat kaleme alınan -bu ifade kendisine ait- 27 Nisan muhtırasına AK Parti hükümetinin dik duruşu ve çözümünü millete dönerek bulması.

12 Eylül askerî darbesinin hemen ertesinde 12 yaşında bir çocuk olarak ekmek almak için sokağa çıktığımda devriye gezen askerden, “Ne geziyorsun sen sokakta!” şeklinde azarlanan ve tokat yiyen birisi olarak Türkiye’de unutulmaması gereken kalkışmaların başında 15 Temmuz 2016’da FETÖ tarafından düzenlenen darbe girişiminin geldiğini düşünüyorum. Çünkü o girişim, bir süredir Türkiye’ye karşı sürdürülen saldırının “son noktasıydı”. F-16 uçaklarının alçak uçuşunun çıkardığı ses ile uyanan ve o gün 7 yaşında olan kızımın, “Baba ne oluyor?” sorusuna, onun anlayacağı şekilde nasıl yanıt verebileceğimi hâlâ

bulabilmiş değilim. İşte o hain darbe girişimini, kendi askerlerinin kurşunları ile şehit olanların, neden şehit olduğunu çocuklarına anlatmak zorunda kalmamak için unutmamalıyız... “O askerler bizim askerimiz değil mi? Neden bizim insanlarımızı ateş ediyorlar?” diye soru soran çocukların, bir daha böyle zor sorular sormaması için unutmamalıyız... O gece, hain darbe girişimi sırasında tankları durdurmak için, bu ülkenin tüm siyasî renklerinin; muhafazakârının, ülkücüsünün, liberalinin, sosyalistinin, ateistinın ülkelerini korumak için el ele verdikleri sahneyi asla unutmamalı, unutturmamalıyız; Türkiye için, geleceğimiz için, çocuklarımız için... 15 Temmuz darbe girişiminin “tiyatro” olduğunu düşünenlere, yaşananların “gerçek” olduğunu anlatmak için unutmamalıyız... 15 Temmuz darbe girişiminin başarılı olması hâlinde, Türkiye’nin güneyinden adeta “bir işgal” için girmeye hazırlanan “maşaları” anlatmak için unutmamalıyız... Darbe girişiminden kısa süre önce terör örgütü mensuplarının, “Birkaç gün içinde şehirlerde görüşürüz!” dediklerini anlatmak için unutmamalıyız... Türkiye’nin sorunlarını istediğimiz kadar tartışsak bile, geleceğimizi ipotek altına almaya çalışanlara karşı, “millî duruş” oluşturmak için unutmamalıyız...

\* TRT World Planlama Müdürü.

## Russian missile shield long owned by NATO allies

U.S. pressure amounts on Turkey to withdraw from S400 missile systems, at least three NATO members have been using Russian air missile defense systems over the years. With India having inked a deal with Moscow in October 2018 following wide-ranging talks between Russian President Vladimir Putin and Prime Minister Narendra Modi to buy S-400 missile defense systems, deliveries are scheduled to commence in October 2020 and to be completed by April 2023. Turkey, which began negotiations for the purchase in 2017, is likely to receive its first batch very soon. With NATO ally Turkey, Washington’s main objection to the planned deployment of Russian systems is that they would not be compatible with NATO equipment and would pose a threat to the U.S. manufacturer Lockheed Martin’s F-35 fighter jets, of which Turkey is a prospective buyer and partner in development and production. Russia has so far sold the earlier version of the same systems – S-300 system – to some 20 countries, including the NATO member countries such as Bulgaria, Greece and Slovakia. The S-300 missiles are currently an integrated part of the air defenses of Greece -- a NATO nation -- and have also been deployed in Greek Cyprus. Experts believe that NATO forces and their jets are exposed to radar systems deployed in Greece as much as they could be from the missile shield deployed in Turkey. It is believed that the U.S. itself had purchased an S-300 air defense system in 1994 from Belarus. The New York Times reported however that this was meant to examine the system, to modernize its own Patriot



air defense shield. The S-400 Triumf missile system was developed by Russia’s Almaz Central Design Bureau as an upgrade of the S-300 model and carry surface-to-air missiles capable of targeting a variety of aircraft from distances ranging from 40 to 400 kilometers (250 to 25 miles). It is described as the best air-defense system in the world at present.

### How sophisticated are S-400s?

S-400 missiles are equipped with state-of-art radar systems, which provide sector search and fine tracking capabilities with a mobile radar station that has a detection range between 65 and 1,200 km (40-746 miles), and a current maximum capacity of 100 targets. While U.S.-made fifth generation fighter jets, such as the F-35 were designed to penetrate the S-400’s, it is believed that other planes such as the F-16 and F-18 versions are not capable to dodge the system. Operationally, each S-400 battalion comprises of two batteries with four launchers each for a total of 40 launchers on five regiments -- enough to protect two to three major cities. They are designed to be able to destroy all aerial objects

including airplanes, helicopters, cruise missiles and ballistic missiles.

### S-400 international deployments

Russia currently has five S-400 regiments deployed across its territory: two in Moscow and one each in the Pacific, Baltic and Southern Military Districts with further plans for 28 more regiments by 2020, each comprising of two or three battalions with four systems each, mainly in maritime and border areas. Syria, Belarus and China also currently own S-400 systems. Russia has been training Chinese military personnel on the use of the air defense system for several years. China was the first international customer to place an order in 2014, worth \$3 billion. While Turkey and India may be in the media limelight, other U.S. allies currently negotiating with Moscow for the hardware include Saudi Arabia, Egypt, Iraq and Qatar. In February 2017, Sergey Chemezov, CEO of Rostec Corporation -- the state-owned firm producing the S-400 -- stated that Egypt was interested in the S-400 air defence system. But the negotiations were delayed due to Egypt’s financial issues. S-300 missile system deployed in 17 countries including NATO allies The earlier version of the S-400 system uses identical radar system is currently in the possession of 17 countries including Greece, Slovakia and Bulgaria -- all U.S. allies. Ukraine, Algeria, Armenia, Azerbaijan, Bulgaria, Egypt, India, Iran, Kazakhstan, Venezuela, Vietnam, Georgia, Moldova, Turkmenistan and Uzbekistan also have the S-300.

# 15 Temmuz darbe girişimi üzerinden 3 yıl geçti: Unutmayalım, unutturmayalım...



15 Temmuz 2016'da Türk Silahlı Kuvvetleri içindeki FETÖ mensubu bir grup subay tarafından Genelkurmay Başkanlığı Karargâhında başlatılan darbe girişiminin, Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın halkı direnişe çağırmasıyla başarısızlığa uğratılmasının ardından tam 3 yıl geçti. FETÖ terör örgütüyle başlatılan mücadele hâlen tüm hızıyla sürüyor. Süren mücadelede belki de ilk yapılacak şey; o 22 saatlik ihanet gecesinde yaşananları, demokrasiyi korumak için sokaklarda şehit olan 251 kişiyi unutmamak ve unutturmamak...

O ihanet gecesindeki başarının sırrı, aslında Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın darbe girişiminden iki hafta sonra, 4 Ağustos 2016 tarihindeki şu sözlerinde gizli:

*"Bir taraftan terörle mücadele ederken, diğer taraftan bütün terör örgütlerinin ortağı durumunda olan 'Fetulahçı Terör Örgütü'nün darbe girişimini püskürttük. Bunu, işte o akşam çağrımıza uyan milletimizle beraber yaptık. Bu millet almı öpülesi bir millettir. Hani şair diyor ya, 'Yürüyeceksin, millet yürüyecek arkandan!' diye; elhamdülillah millet arkamızdan yürüdü ve bizi yalnız bırakmadı. Bir anda hepsi meydanlara, havalimanlarına doldu, doluştu. Ama bir farkı vardı. Neydi? Bizim milletimiz tankların altına yattı, F-16'lardan F-4'lerden kaçmadı, helikopterlerin o mermilerine karşı göğsünü siper etti. Şairin, 'Siper et gövdeni, dursun bu hayasızca akın' dediği gibi; benim milletim göğsünü siper etti ve bu hayasızca akını püskürttü. Çünkü onun istiklalinin de istikbalinin de sigortası imandı, bunu yaptı."*

## O gece neler yaşandı?

15 Temmuz 2016 gecesini saat 22.00 sularında Ankara'da Genelkurmay Başkanlığı Karargâhı ve TRT Genel Müdürlüğü bir grup askerce ele geçirildi. Aynı saatlerde İstanbul'da Boğaziçi ve Fatih Sultan Mehmet Köprüleri bir grup asker tarafından geçişe kapatıldı. Saatler 23.10'u gösterdiğinde, dönemin Başbakanı Binali Yıldırım önce NTV, akabinde A Haber televizyon kanallarının canlı yayınlarına bağlanarak yaptığı açıklamada, *"bir kalkışma girişimi"* nin olduğunu belirtti. Yıldırım, *"Bu girişime izin verilmeyecektir. Bunu yapanlar en ağır bedeli ödeyeceklerdir. Askerin içerisinde bir grubun kalkışması söz konusu."* dedi.



Binali Yıldırım'ın bu açıklamasından yaklaşık yarım saat sonra, Ankara'nın Gölbaşı ilçesindeki Polis Özel Harekât Eğitim Merkezinde bir patlama meydana geldi. Aynı saatlerde, dönemin Genelkurmay Başkanı Orgeneral Hulusi Akar'ın, darbe girişiminde bulunan bir grup asker tarafından rehin alındığı

bildirildi. Saatler 16 Temmuz 2016'nın ilk dakikalarını gösterdiğinde, Cumhurbaşkanı Erdoğan yakınlarıyla birlikte Marmaris'ten İstanbul Atatürk Havalimanına hareket etti. Aynı saatlerde, Ankara Yenimahalle'de bulunan Millî İstihbarat Teşkilatı (MİT) kampüsüne askerî helikopterlerce ateş açılması üzerine MİT'in çevre güvenliğini sağlayan unsurlarca saldırıya silahla karşılık verildi.

Saatler 16 Temmuz 00.13'ü gösterdiğinde ise, TRT'yi işgal eden kalkışmacı askerler korsan darbe bildirisi okuttu. Cumhurbaşkanlığı kaynaklarınca açıklamanın TSK tarafından yapılmadığına dikkat çekilerek, *"Korsan bildirimdir. Gerekli özenin gösterilmesini rica ederiz."* denildi. Korsan bildirim TRT'de okutulmasından bir süre sonra TÜRKSAT, TRT'nin yayını kestirdi. Darbe girişimin en sıcak saatlerinde ve Batı basınına ait internet sitelerinde Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın Türkiye'den kaçtığına ilişkin tezviratın yayıldığı sırada, Cumhurbaşkanı Erdoğan başta CNN Türk televizyonu olmak üzere çeşitli televizyon kanallarına bağlanarak, askerî kalkışmaya tepki gösterdi ve halkı meydanlara davet etti. Erdoğan, *"Millî iradeye yönelik bu ayaklanma hareketine karşı tabii ki hukuk, yasalarımız, anayasamız neyi gerektiriyorsa bunun bir defa cevabını bu yapı ister silahlı kuvvetler içinde olsun, bir grup azınlık da olsa ister başka kurumlarımızın içerisinde olsun, gereken cevabı alacaklardır."* dedi.

## Kalkışmanın seyri değişiyor

Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın çağrısıyla, seçilmiş hükümeti ve ülkesini bir kez daha darbecilere teslim etmek istemeyen halk, Türkiye genelinde sokaklara



çıkı. Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın çağrısı ve Diyanet İşleri Başkanlığı'nın talimatı üzerine 81 ilde okunan birlik salaları ile Türkiye genelinde vatandaşlar sokağa çıkarak darbe girişiminde bulunanlara tepki göstermeye başladı.

Ancak darbecilerin kontrolündeki savaş uçakları ve saldırı helikopterleri, halkın üzerine acımasızca ateş açmaya başladı. Ankara Emniyet Müdürlüğü, savaş uçağı ve helikopterlerin saldırısına uğradı. Saatler 01.30'u gösterdiğinde ise dönemin Türkiye Büyük Millet Meclisi Başkanı İsmail Kahraman, Meclisin açık tutulması talimatını verince, milletvekilleri Genel Kurul salonunda yerlerini aldı.

Bu sıralarda darbeci askerler gözaltına alınmaya başlandı. Darbeci askerler Gölbaşı Özel Harekât Daire Başkanlığı'nı bir kez daha havadan hedef aldı. Hava saldırısı sonucu 17 polis şehit oldu. TRT'yi ele geçirmeye kalkışan 1'i rütbeli 5 asker, vatandaşlar ve polis tarafından etkisiz hâle getirildi. Cumhurbaşkanlığı Külliyesine girmeye çalışan bölücü terör örgütü FETÖ mensubu 3'ü rütbeli 13 asker gözaltına alındı.

#### Hainler, Meclisi bombaladılar

Başkent Ankara'da halk darbecilere karşı direnirken ve saatler 02.42'yi gösterirken, bir F-16 uçağı TBMM'yi bombaladı. Darbeciler, halk adına yaptıklarını iddia ettikleri kalkışma sırasında, halkın oylarıyla seçilen vekillerin bulunduğu Meclisi vurmaktan çekinmedi. 02.49'da ise Meclis, ikinci kez bombalandı, TBMM Başkanı İsmail Kahraman ve Genel Kurul'daki milletvekilleri Meclis sığınağına indi.



Saat 02.55'te yeniden NTV televizyon yayınına bağlanan dönemin Başbakanı Binali Yıldırım, "Havadaki jetlerle kurumlarımıza mermi, bomba yağdırırlar adeta bu terör örgütünün elemanı gibidir, devamı gibidir. Asla ve asla böyle bir iş, şanlı Silahlı Kuvvetler bayrağı altında görev yapan hiçbir subayımıza, hiçbir askerimize yakıştırmayacak bir iş değildir." açıklaması yaptı. Yıldırım, saat 03.10'da ise, Ankara semalarında, MİT, Meclis, Cumhurbaşkanlığı

ve Başbakanlık gibi kritik bölgeler üzerinde uçuş yapan her türlü askerî helikopter ve uçağın füzeyle indirileceğini açıkladı. Bu arada Genelkurmay Başkanlığında çatışmalar sürüyordu. Darbeciler, kendilerini engellemeye çalışan sivilleri gözünü kırpmadan şehit ettikten sonra, Genelkurmay Başkanlığı önüne bırakmaktan çekinmeyeceklerdi.

#### Cumhurbaşkanı Erdoğan İstanbul'da

Kendisini "gözaltına almak" ya da "öldürmek" için yakalamaya çalışan darbecilere rağmen Marmaris'ten ayrılan Cumhurbaşkanı Erdoğan, saatler 04.00'ı gösterdiğinde İstanbul Atatürk Havalimanına geldi. Kendisini binlerce İstanbullu karşıladı. Cumhurbaşkanı İstanbul'a indikten yaklaşık 45 dakika sonra, Marmaris'te konakladığı ve gece yarısı ayrıldığı otele helikopterlerden ateş açıldı. Helikopterlerden inen yüzleri maskeli ve ağır silahlar taşıyan askerler oteli abluka altına aldı. Çıkan çatışmada 5 polis yaralandı.

#### Darbeciler derdest ediliyor

Artık darbeciler için sona yaklaşıyordu. Dönemin Başbakanı Yıldırım, resmî Twitter hesabından darbe girişimi içerisinde yer alan bir generalin öldürüldüğü



bilgisinin geldiğini ve aralarında albayların da bulunduğu 130 askerin gözaltına alındığını bildirdi. Bu arada, Gölbaşı Cumhuriyet Başsavcılığınca, darbe girişimiyle ilgili soruşturma başlatıldı ve 42 kişinin hayatını kaybettiği Özel Harekât Merkezindeki olaylar kontrol altına alındı. Güvenlik çemberine alınan Çankaya Köşkü ve Başbakanlık Resmî Konutuna çıkan tüm yollar kapatıldı. Darbe girişiminde bulunan FETÖ mensuplarınca kullanılan ve TÜRKSAT'ı bombalayan askerî helikopter Gölbaşı'nda düşürüldü. Sabah saat 06.30'u gösterdiğinde ise darbe girişiminde İstanbul Boğaziçi Köprüsünü kontrol eden askerler teslim oldu.

Ancak darbeciler adeta gözleri dönmüş şekilde son kozlarını oynamaya çalışıyordu. Sabah 06.45'te FETÖ mensuplarınca, Cumhurbaşkanlığı Külliyesinin yakınlarına 2 bomba atıldı. Bombalar, Millet Camisinin önüne park etmiş araçlardan birinin üzerine düştü. Darbeciler tarafından alıkonulan ve Akıncılar Üssüne götürülen dönemin



Genelkurmay Başkanı Hulusi Akar'ın yerine vekâleten 1. Ordu Komutanı Orgeneral Ümit Dündar atandı. Atamanın hemen ardından saat 07.00'de Cumhurbaşkanlığı Külliyesi yakınındaki Jandarma Genel Komutanlığının bulunduğu kavşağa askerî uçaktan bomba atıldı. Burada da siviller şehit oldu. Genelkurmay Başkanlığından dışarıya çıkarılan tanktan, barikat amacıyla kurulan kamyonların olduğu bölgedeki sivillere ateş açıldı.

Sabah saat 08.32'de darbecilerin alıkoyduğu dönemin Genelkurmay Başkanı Orgeneral Hulusi Akar, kurtarıldı ve Akar, Çankaya Köşküdeki kriz merkezine geldi. Jandarma Genel Komutanlığı ise, Emniyet Özel Harekât polislerince ele geçirildi. Karargâhtaki Fetulahçı Terör Örgütüne mensup askerler etkisiz hâle getirildi. Darbe girişimine katılan rütbeli ve rütbesiz binlerce askerden kimi teslim oldu, kimisi ise etkisiz hâle getirilerek gözaltına alındı. FETÖ'ye üye oldukları gerekçesiyle idarî ve adlî yargıda görevli 2 bin 745 hâkim ve savcının gözaltına alınması kararı verildi.

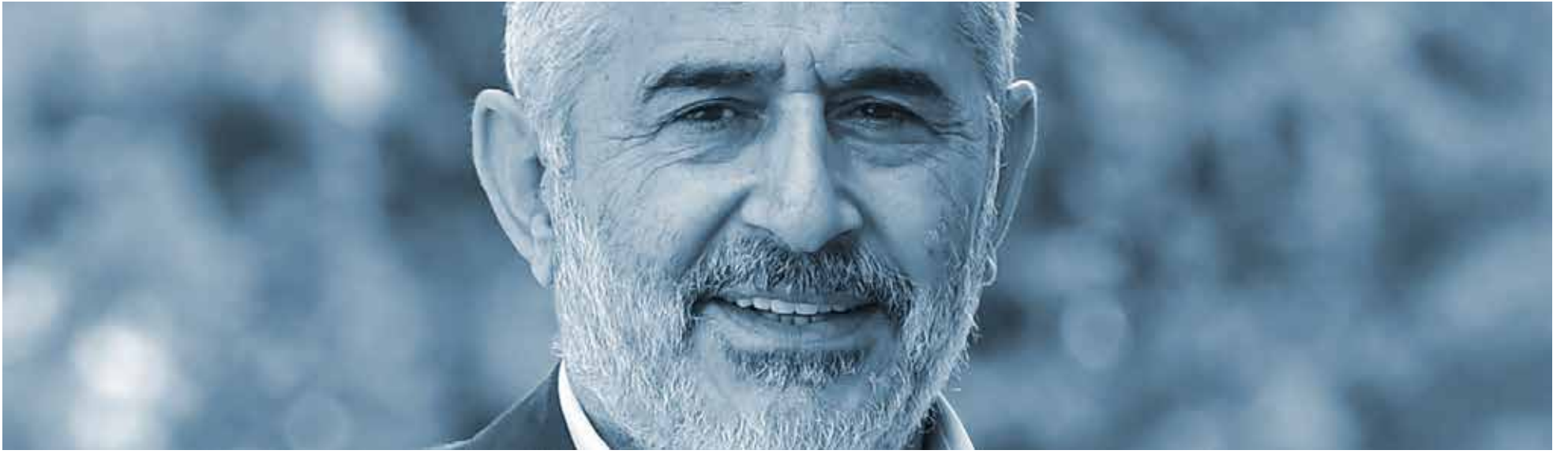
#### Yenikapı Demokrasi ve Şehitler Mitingi

Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın çağrısı üzerine, milyonlarca insanın rekor katılımıyla İstanbul Yenikapı'da Demokrasi ve Şehitler Mitingi düzenlendi. Mitingde, Cumhurbaşkanı Erdoğan, Dönemin TBMM Başkanı İsmail Kahraman, dönemin Başbakanı Binali Yıldırım, MHP Genel Başkanı Devlet Bahçeli'nin yanı sıra askerî erkân, sanatçılar, sivil toplum kuruluşlarının temsilcileri ile kanaat önderleri de hazır bulundu. Mitingde Müslüman, Hristiyan, Yahudi dinî liderler de darbe girişimine karşı yer aldı.

15 Temmuz hain darbe girişiminin 3. yıl dönümünde tüm şehitlerimizi Açık Medeniyet gazetesi olarak bir kez daha rahmetle anıyor, gazilerimize Allah'tan acil şifalar diliyoruz.

"Allah yolunda öldürülenlere 'ölüler' demeyin. Hayır, onlar diridirler. Ancak siz bunu bilemezsiniz!" (Bakara, 154.)





# Kendi dilinden 10 başlıkta Ekrem Kızıltaş

## 1 Çocukluğum

Ordu'nun Bayadı Köyünde (Şimdi, Altınordu'nun Bayadı Mahallesi) dedemin evinde bize ayrılmış bir odada, 17 Mart 1957'de doğmuşum. Amca ve halalarımın geçen birkaç yıldan sonra hemen yakında yapılan kendi evimize geçişimizi hatırlarım. Gaz lambası, kandil, çıra gibi aydınlatma araçlarının yaygın olduğu yıllardı. 5 buçuk yaşında iken köyümüzün ilkokuluna kayıtsız olarak başladığımda, okuma yazma biliyordum ve adeta okulun maskotu gibiydim. 3. sınıfta Ordu Merkez Hürriyet İlkokuluna geçtiğimde sıradan bir öğrenci hâline geldim. Memur olan babamın satın aldığı, içinde iki gözlü bir gecekondu olan arsaya yapılacak ev, kanaati ve çalışmayı gerektiriyordu. Ayakkabı boyacılığı, gazete satıcılığı, inşaatlarda mozaik silmek, briket taşımak gibi işlerle harçlığını çıkarıyor ve aile bütçesine katkıda bulunuyordum. Yaz aylarında fındık bahçesi ve mısır tarlasının zevkli zorlukları, hayvan otlatmak, yüzmek için Melet Irmağına kaçış ve kendi yaptığımız oyuncaklarla oynamak gibi rutinlerimiz vardı.

## 2 Ordu

Doğup büyüdüğüm ilk, orta ve lise tahsilimi yaptığım Ordu şehri 35-40 bin nüfuslu küçük, -şimdi de olduğu gibi- şirin bir şehirdi o zamanlar. Kuruluşu yakın olduğu için olsa gerek, kültürel yapısını memurların belirlediğini düşünmüşümdür hep. Ünye, Fatsa gibi ilçeler daha muhafazakâr bir yapıda iken, Ordu merkez, tabir caizse hep biraz daha modern idi çünkü.

## 3 Okumak

Ortaokul ve lise yıllarım daha çok okumalarla dolu. Vasat sayılacak bir talebe idim belki ama ne bulursam okurdum... Ordu Gazi Kütüphanesi görevlilerini bıktırarak kadar belki de... Lise sonda, bir arkadaşımın beraber sürekli okuma yanında, bazı toplantılara gitmeye başladık. Türkiye'nin birilerince teşvik edilen anarşi dalgalarıyla sarsılmaya başladığı o günlerde, sol ya da sağ ayırmadan dinleyip yorumlar yapıyorduk. Büyük büyük sözler etmeye bayılanların sığılıkları, ikimizin de dikkatini çekiyordu.

## 4 Tahsil

İlk üniversite imtihanında, "Mektupla Öğretim"i kazandım. Erzurum'a gidip kaydımı yaptırdıktan sonra, hem çalışır ve hem de hazırlık kursuna giderim niyetiyle beraber okumalar yaptığım arkadaşla İstanbul'un yolunu tuttuk. Ancak hem çalışıp hem kursa gidebilmek mümkün olmayınca ben de çalışmaya başladım. Bir düğme fabrikası, sonra inşaatta elektrik tesisatçılığı... Bu arada arkadaşımın beraber, kendi kendimize "neden namaz kılmıyoruz?" sorusunu sormuş ve gereğini de yapmaya başlamıştık. Bir yandan çalışıyor ve geceleri de kaldığımız yurdun kütüphanesinde okuyor, okuyordum. Üniversite tercihim yurtttaki ağabeylerin "gazetecilik ya da edebiyat" tavsiyelerine uyarak yaptım.

## 5 Milli Türk Talebe Birliği (MTTB)

İlk tercihim olan Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesini (O zamanki adıyla İstanbul İktisadî ve Ticarî İlimler Akademisi İstanbul Gazetecilik ve Halkla İlişkiler Yüksek Okulu, 4 yıllık) kazanınca, daha önce çeşitli faaliyetlerini izlediğim Milli

Türk Talebe Birliğinin (MTTB) Basın Yayın Müdürlüğünde görev aldım. Bir yandan mektepli bir yandan da alaylı gazeteci olma yolu açılmıştı. MTTB'nin 15 günlük Çatı gazetesi ve aylık Milli Gençlik Mecmuasında çeşitli görevler yaparken, işin inceliklerini öğrendim. Haber, yorum ve makale yazma yanında fotoğraf çekimi ve tabii ile uğraştığım gibi sahife düzeni, pikaj, montaj gibi teknik işler yapıyor ve bu arada gazeteleri paketleyip postalamayı da ihmal etmiyordum. 1976-1980 arasındaki MTTB yıllarım, kişiliğimin ana omurgasını oluşturan yıllar oldu. Teşkilatçılık, yurt çapında görev gezileri, MTTB salonunda dönemin önemli isimlerinin verdiği ve hemen hepsinin konuşmalarında, "Karşımda, gelecekte Türkiye'yi yönetenleri görüyorum!" deme ihtiyacını duydukları seminerler, konferanslar... Okul, ikinci planda gibiydi belki. Ancak, rahmetli Erbakan Hocanın da dediği gibi "dört üniversite birden" okuyor, mesleğimi de fiilen yapıyordum zaten.

## 6 Aile

Şimdiki gençler farkında mıdır bilmem, ancak Hz. Ömer'in, "Bekâr hâliyle rızık arayana şaşarım!" sözü ile kast edileni anladığım için, 1980 başında talebe iken evlendim. Zorluk ve kolaylığın birbirini takip ettiği bir süreç başladı belki ama sağlam bir limana kavuşmuşum. 8 çocuğumuzla birlikte yaşadığımız süreçte, Cenab-ı Hakk'ın Kur'an-ı Kerim'inde bildirdiklerinin ne kadar doğru olduğunu tecrübe etmek, denebilir.

## 7 Meslek

Gazetecilik okulunu tercih ederken, "Bu okula inşallah girecek ve Milli Gazete'de çalışacağım" şeklinde bir niyetim vardı. 1980'de kısa süren Yeni Devir tecrübesi sonrası 1984'te Milli Gazete'ye başladım. Kısa bir inkıta hariç 2011 Mart'a kadar 27 senem orada geçti. Mesleğimi inançlarıma uygun bir şekilde yapıyor olmak, en büyük lütuflardan birisiydi.

## 8 Gelecek

70'lerin, 80'lerin ve hatta 90'ların Türkiye'sinde sokakların adeta isyan koktuğunu düşünürdüm. Şimdilerde ise, bazı aykırılıklara rağmen, sanki iman kokuyor. İyi bir noktadaki ülkemizin yolunun daha da açık olduğunu düşünmek için sebepler çok. Zorluklar ise hayatın gereği.

## 9 Tavsiye

Çocuklarıma ve gençlere kendilerinden beklenenin daha fazlasına sahip olmaları gerektiğini ve bunun için de, önceliği Kur'an-ı Kerim'e vererek, okumalarını tavsiye ederim genellikle.

## 10 Kıssadan hisse

Geriye doğru baktığımda, bütün meselenin, "Cenab-ı Hakk'ın emirlerine mümkün olduğu kadar uymaya ve yasaklarından mümkün olduğu kadar kaçınmaya çalışmak" olduğunu anlıyorum. Yaşananlar, "Niyet hayır, akıbet hayır!" sözünün ne kadar doğru olduğunu anlamak için yeterli çünkü.

KISA  
KISA

Halime Gökçe

## Çocukluk kahramanınız?

İlkokul öğretmenim

## Ne sizi heyecanlandırır?

Karlı bir gece vakti bir dostu uyandırmak

## Heyecanınızı ne öldürür?

Kendini başkalarına hükmettiği zaman iyi hissedemeyen insanlar

## Başarı nedir?

Yapabildiğinin en iyisini yapmak

## Sizce üniversite?

İlim

## Talebe deyince...

Ömür boyu olmak isteyeceğim tek şey

## Gazeteci olmasaydınız ne olurdu?

Ressam olmak isterdim

## Sizi sarsan kitap?

Suç ve Ceza (Fyodor Mihayloviç Dostoyevski)

## Hangi romanda olmak isterdiniz?

Binbir Gece Masalları

## Hangi şairin şairi olmak isterdiniz?

Turgut Uyar

## Mutlaka görmemiz gereken film?

Truman Show

## En sevdiğiniz kelime?

Nezaket

## Hangi şehir?

Tabii ki İstanbul

## Bir müzik enstrümanı?

Keman

## Bize bir şarkı önerin?

Hasret (Sema Moritz)

## En sevdiğiniz atasözü?

Kızım sana diyorum gelinim sen işit

## Hangi renk?

Siyah

## Neye rağmen ne?

Her şeye rağmen

## En önemli kusurunuz?

Tez canlılık

## Nasıl ölmek isterdiniz?

Mutmain



O, saat alanında duayen bir isim. 2. Abdulhamid'in saray saatçisi Mayer ailesinin dükkânında yetişti. Türkiye'de saat tamiri denince ilk akla gelen isimlerden. Saatin duayeni Recep Gürgen'in elinden bugüne kadar 40 bin saat geçti. Dünyada bilinen tüm saatler hakkında engin bir bilgisi var. Gürgen'in saatlerle tanışması 1960'lı yıllara dayanıyor. İlk olarak 14 yaşındayken saatçi olan dayısının Sirkeci'deki dükkânında çıraklığa başlamış. Dayısı iki yıl saatlere elini sürmesine izin vermemiş, "Saatleri önce tanı, bil, sonra tamire başla!" demiş. İki yıldan sonra saat tamirinin inceliklerini öğrenebilmiş ancak. Sonrasında da saat ustalarının tavsiyesi üzerine Karaköy'deki meşhur saatçi Mayer

## “Tamiri imkânsız saat yoktur”

dükkânında soluğu almış. Dükkânın saatçiler arasındaki önemi ise yıllar öncesine dayanmış.

1975 yılına kadar bilfiil çalışmış atölyede. Cumhurbaşkanlarından başbakanlara, padişah torunlarından Türkiye'nin önde gelen simalarına birçok ismin saatlerini tamir etmiş Recep Gürgen. Mayer'in teşvikiyle açtığı Karaköy'deki atölyesinde saatleri tamir etmeye devam ediyor. Saray saat tamirciliği de yine ustası Mayer'in öncülüğünde aynı yıl Topkapı Sarayında başlamış Recep Gürgen'in, "Ustamın çantasını taşıyarak saraylara girdim. Saatleri ustamla birlikte elden geçirdik." diyor. Bu işe ustasının ölümünün ardından da devam etmiş. Topkapı Sarayının ardından Dolmabahçe Sarayının saatleri de ona emanet edilmiş. Atölyesindeki masanın başına geçtiğinde ameliyat yaparcasına titizlikle mekanik saatleri tamir ediyor. Büyük saatlerden cep saatlerine, kol saatlerinden kule saatlerine kadar her tür saat ondan soruluyor.

Türkiye'deki birçok kule saatinin tamirini de yapmış Gürgen. Kule saatleriyle küçük saatler arasında fark olduğunu söylemeden geçmiyor, "Kule saatleri, her daim ilgiye ihtiyaç duyar." diyor. Atölyesinde saatleri tamir ederken öyle bir ruh hâline bürünüyor ki, zamanın nasıl geçtiğini anlamıyor, "Masaya tamir edilecek saati koyduğumda önce acırım hâline, sonra yavaş yavaş canlandırım. O esnada tamir edilecek saate odaklanırım." diyor. Çalışırken Klasik Türk Müziği dinliyor. Gürgen, "Kartvizitimde, 'Tamiri imkânsız saat yoktur' yazar. Çünkü bazı saat ustaları, 'Ben tamir edemem' yerine 'Bu tamir olmaz!' diyor. 'Bu sözüm onlara' dedikten sonra iyi bir saatin özelliklerini anlatmaya başlıyor: 'İyi bir saat ne yaparsanız yapın kabul eder. Kötü bir saat ise ne yaparsanız yapın yaptığınızı kabul etmez. Saatin sahibinden ziyade önüme gelen saatin ne olduğunu bilerek ve kıymet vererek tamir ediyorum. Saat ustasına en çok zevk veren ise en zor saatin tamir edilip ortaya konması!"



*Bu da bir televizyon değil.*

**TRT2**

*İngesine ihanet etmekte sakınca yok;  
çünkü TRT2'yi televizyon kılan şey onun mahiyeti.  
TV imgesine müptela deęilseniz bizi internetten de takip edebilirsiniz. [trt2.com.tr](http://trt2.com.tr)*

