



### VARLIĞIMIZIN TEMİNATI OLARAK KÜLTÜREL VARLIĞIMIZIN KORUNMASI

Mehmet Nuri ERSOY  
Kültür ve Turizm Bakanı



### İSLAMOFOBİ İLE MÜCADELEDE MEDYADA LİDER TEMSİLİNİN ROLÜ VE İŞLEVİ

Prof. Dr. Fahrettin ALTUN  
T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı



### TÜRKÇEYİ YAŞATMA GAYEMİZ: MEDYA ÖDÜLLERİ

Ebubekir ŞAHİN  
Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanı



### TÜRKİYE'NİN ULUSAL YAPAY ZEKÂ STRATEJİSİ

Dr. Ali Taha KOÇ  
Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi Başkanı



### YALAN HABER VE DEZENFORMASYON

Doç. Dr. Hüseyin AYDIN  
Avukat



### DİJİTALLEŞEN DÜNYADA YAZILI BAŞININ GELECEĞİ

Ridvan DURAN  
Basın İlan Kurumu Genel Müdürü



### BEKİR DEVELİ RÖPORTAJ



### ORTAK MEDYA PLATFORMU

İsmet SƏTTAROV  
Ulusal Televizyon ve Radyo Konseyi



İlim ilim bilmektir  
İlim kendin bilmektir  
Sen kendini bilmezsin  
Ya nice okumaktır.

Yunus Emre



**Ebubekir ŞAHİN**  
Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanı

## SUNUŞ

Yoğun çalışma temposuyla geçen bir seneyi tamamlamış olmanın sevinci ile vatandaşlarımıza hizmet etmenin azmi ve gayretinin hiç tükenmeden devam edeceği yeni bir çalışma yılına başlamış bulunmaktayız. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu kurulduğu günden bugüne dek medyada gerçekleşen her yenilik ve gelişmeyi yakından takip etmekte, sektör çalışmalarında paydaşlarıyla iş birliğine oldukça önem vermektedir.

Toplumlar millî ve manevî değerleriyle ayakta dururlar. Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin sahip olduğu millî, manevî ve ahlaki değerler doğrultusunda çalışmalar yürütmeye azmeden RTÜK, İslamofobi ile mücadelede üzerine düşen görevi kararlılıkla sürdürmektedir. Sahip olduğumuz değerleri borçlu olduğumuz dilimiz ise dünya dilleri içerisinde en zengin, en köklü yapıya sahip dildir. Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın başlattığı "Dünya Dili Türkçe" seferberliğinin akabinde ilan edilen "Yunus Emre ve Türkçe Yılı" bizim için de oldukça değerli bulunmuştur. Ocak ayında vatandaşlarımızın da görüşleri ön planda tutularak Türkçeyi en doğru, güzel ve anlaşılır kullanan yayıncılar ve programlar, Yunus Emre Yılı Görsel ve İşitsel Medyada Doğru Türkçe Kullanımı Ödül Töreni'nde ödüllendirilmiştir.

RTÜK görsel-işitsel medyada gerçekleştirilen tüm yayın hizmetlerini toplumun değer yargılarını ön plana alarak değerlendirmeye önem vermektedir. Bu sebeple; kadına yönelik şiddetin medyadaki yansımalarını yakından takip eden RTÜK, bu alanda üzerine düşen tüm sorumluluğu yerine getirmeye gayret etmektedir. Çocukların medyada maruz kalabilecekleri olumsuzlukları en aza indirebilmek amacıyla Çocuk Dostu Yayıncılık Çalıştayı ile paydaşları ile bir araya gelen Üst Kurulumuz, ilerleyen süreçte de Çocuk Dostu Yayıncılık İlkeleri Rehberini yayınlamayı planlamakta, ayrıca bu alanda uluslararası paydaşlarıyla da yoğun iş birliği içerisinde hareket etmektedir.

Dijital çağın getirdiği yeniliklerin tüm alışkanlıklarımızı değiştirdiği bir gerçektir. Dijitalleşen çağda internet teknolojisinin sunduğu imkânların yanında internette mevcut olan risklerin de oldukça yakından takip edilmesi gerekmiştir. RTÜK, yayıncılık hizmetinin dijital ortamlarda yoğun olarak devam ettiğini gözlemleyerek konu hakkında görev ve sorumluluğu bulunduğu inandığı değerler neticesinde Yunus Emre Enstitüsü ile birlikte "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı" nı gündemine almıştır. Bu amaç doğrultusunda hem medya okuryazarlığı eğitimleri hem de Türkçenin korunmasına yönelik adımlar atan RTÜK, çalıştay kapsamında bugüne kadar birçok ülkede vatandaşlar ve ilgililerle bir araya gelmiştir.

Üst Kurul olarak bizler kültürel faaliyetlere, hizmetlere, kimliklere yönelik gerçekleştirilen her bir çalışmayı kıymetli bulmaktayız. Medyanın da coğrafyamızın her bir adımında farklı renklerin, kültürel çeşitliliklerin ve güzelliklerin olduğunun farkında olması ve bu kıymetlerin sınır tanımayan bir anlayışla dünyaya tanıtılmasını önemsiyor ve destekliyoruz.

İlk sayısını 2021 yılında okuyucularla buluşturarak sektöre yeni bir soluk getiren, ilgi ve övgüyle karşılanan RTÜK İletişim Dergisi'nin ikinci sayısını, siz değerli okurlarımızla buluşturmanın mutluluğunu yaşıyoruz. RTÜK İletişim Dergisi'nin yeni sayısı da birbirinden kıymetli isimlerin, uzman oldukları alanlarda kaleme aldıkları yazılarla donatılmıştır.

Bu vesileyle; büyük bir fedakârlıkla görev yapan kıymetli Üst Kurul üyelerimize, RTÜK İletişim Dergisi'nin ikinci sayısına görüşleriyle katkı veren saygıdeğer devlet büyüklerimize ve yazarlarımıza, yayın sürecinde emeği geçen RTÜK İletişim Dergisi ekibi ile bütün mesai arkadaşlarıma bir kez daha teşekkür eder, 2022 yılının sağlıklı geçmesini temenni ederim.

## İÇİNDEKİLER

1

**SUNUŞ**

Ebubekir ŞAHİN

4

**VARLIĞIMIZIN TEMİNATI OLARAK KÜLTÜREL VARLIĞIMIZIN KORUNMASI**

Mehmet Nuri ERSOY



10

**İSLAMOFOBİ İLE MÜCADELEDE MEDYADA LİDER TEMSİLİNİN ROLÜ VE İŞLEVİ**

Prof. Dr. Fahrettin ALTUN



16

**TÜRKÇEYİ YAŞATMA GAYEMİZ: MEDYA ÖDÜLLERİ**

Ebubekir ŞAHİN



22

**TÜRKİYE İLE AZERBAYCAN ARASINDA MEDYA ALANINDA STRATEJİK İŞ BİRLİĞİ ORTAK MEDYA PLATFORMU**

İsmət SƏTTAROV



30

**TÜRKİYE'NİN ULUSAL YAPAY ZEKÂ STRATEJİSİ**

Dr. Ali Taha KOÇ



34

**ULUSLARARASI ALANDA TERÖR VE MEDYA İLİŞKİLERİ**

Orhan KARADAŞ



39

**KARŞILAŞTIRMALI HUKUKTA YALAN HABER VE DEZENFORMASYON DÜZENLEMELERİ**

Doç. Dr. Hüseyin AYDIN



43

**DİJİTALLEŞEN DÜNYADA YAZILI BASININ GELECEĞİ**

Rıdvan DURAN



48

**SOSYAL MEDYANIN KISIR DÖNGÜSÜ: ÇİFT TARAFLI İZOLASYON**

Hilâl KAPLAN



50

**BEKİR DEVELİ İLE RÖPORTAJ**

Sevde Nur ÖZKAN



55

**ULUSLARARASI ALANDA TÜRKÇE ÖĞRETİMİNİ YAYGINLAŞTIRMAK AMACIYLA YUNUS EMRE ENSTİTÜSÜ TARAFINDAN YÜRÜTÜLEN ÇALIŞMALAR**

Prof. Dr. Şeref ATEŞ



60

**REGULATORS ENGAGEMENT IN PROTECTING MINORS IN AUDIO-VISUAL MEDIA TIRANA: INTERNATIONAL CONFERENCE ON CHILD PROTECTION**

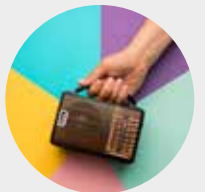
Mrs. Armela KRASNIQI



66

**MEDYA OKURYAZARLIĞI EĞİTİMİNDE POLİTİKA YAPICI KURUMLARIN ROLÜ**

İbrahim USLU



70

**TARAFIZ KADINLARIN  
YANINDAYIZ**

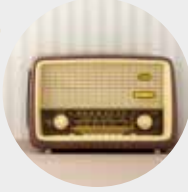
Nazlı ÇELİK



75

**BASIN-YAYIN VE SOSYAL  
AĞLARDA TÜRKÇENİN  
KULLANIMI ÜZERİNE**

Feyzi ERSOY



81

**ORTAM SANAL OLSA DA  
İŞLENEN SUÇ  
GERÇEKTİR**

Erdal ÇETİNKAYA



87

**TEKTİPLEŞTİREN  
SOSYAL MEDYADA  
TÜRKÇE ÜZERİNE  
DÜŞÜNMEK**

Doç. Dr. Fikret YAZICI



92

**TÜRKİYE  
KÜLTÜR PORTALI**

Tuğba Nur YERLİ



96

**KARİYER KAPISI**

Senanur EMİROĞLU



98

**KORUYUCU  
SEMBOL SİSTEMİ**

Bahar KARACA

**RTÜK** iletişim dergisiRADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU  
(RTÜK)

RTÜK İLETİŞİM DERGİSİ

ISSN: 2791-6995

Sayı: 02

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Adına İmtiyaz Sahibi

**Ebubekir ŞAHİN**

Üst Kurul Başkanı

**Genel Yayın Yönetmeni**

İbrahim USLU

Üst Kurul Başkan Yardımcısı

**Sorumlu Yazı İşleri Müdürü ve Editör**

Melike YİĞİT BAKIR

Üst Kurul Uzmanı

**Danışma Kurulu**

Ertan ÖMEROĞLU, Basın Müşaviri

Tanıl Can BAYOĞLU, Müdür

**Yayın Kurulu**

Bahar KARACA, Üst Kurul Uzman Yardımcısı

Burak KAYA, Üst Kurul Uzman Yardımcısı

Rümeysa ALUÇ, Üst Kurul Uzman Yardımcısı

Senanur EMİROĞLU, Üst Kurul Uzman Yardımcısı

Sevde Nur ÖZKAN, Uzman

Tuğba Nur YERLİ, Üst Kurul Uzman Yardımcısı

**Grafik Tasarım**

Gürkan AKBAŞ

**Baskı**

Arel Görsel Tanıtım Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti.

**Baskı Tarihi / Yeri**Şubat 2022 / Zübeyde Hanım, Sebze Bahçeleri  
Cd. No: 95/10, 06000 Altındağ/Ankara**Yayın Türü**

Yaygın Süreli Yayın

**Yayın Şekli**

6 Aylık - Türkçe

**Yönetim ve Yazışma Adresi**Radyo ve Televizyon Üst Kurulu  
Üniversiteler Mahallesi, 1597. Cadde,  
No: 13 Bilkent, Çankaya/Ankara**Telefon / Faks**

0 (312) 297 50 00 / 0312 297 50 08

**e-posta**

rtukiletisimdergisi@rtuk.gov.tr

**İnternet Adresi**

www.rtuk.gov.tr

© RTÜK İletişim Dergisi, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından T. C. Yasalarına uygun olarak 6 ayda bir yayımlanmaktadır. RTÜK İletişim Dergisi'nin isim ve yayın hakkı Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna aittir. Dergide yayımlanan yazı, fotoğraf, harita, illüstrasyon ve konuların her hakkı saklıdır. Yayımlanan yazıların sorumluluğu yazarlara aittir.



**Mehmet Nuri ERSOY**  
Kültür ve Turizm Bakanı

VARLIĞIMIZIN TEMİNATI  
OLARAK

# KÜLTÜREL VARLIĞIMIZIN KORUNMASI

**Anahtar kelimeler:** *Kültür, kültürel miras, UNESCO, dünya mirası*

*Bugün ülkeler arasında küresel ölçekte yaşanan rekabetin çok farklı katmanlarda kendini gösterdiğini izliyoruz. Artık yarış sadece ekonomik, siyasi ve toplumsal alanlarda yaşanmıyor. Özellikle bilişim alanındaki yenilikler, teknolojik atılımlar ve savunma sanayindeki gelişmeler rekabetin çok farklı şekillerde geliştiğini gösteriyor. Küreselleşmenin de etkisiyle farklı rekabet alanlarının yanında kültür ve sanat alanında da ciddi bir mücadeleye girildiğini görüyoruz. Elbette bu durum yeni değil. Özellikle kitle iletişim araçlarının hayatın her alanında etkisini arttırması, kültür ve sanat alanındaki yarışı daha görünür kıldı.*

**G**elişmiş ülkeler bir yandan teknolojik alanda kendini geliştirmeye çabalarken diğer yandan da kültür üretimini evrenselleştirme gayreti içerisine girdi. Sinema, müzik, televizyon hatta moda alanında ortaya koydukları ürünleri ihraç etmek için yarışan ülkeler bu sayede dünya üzerindeki etkisini arttırmaya çalışıyor.

Kültürel iktidar mücadelesi kapsamında Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak bizler de ülkemizin potansiyelini arttırmak ve dünya genelinde daha güçlü bir konum elde etmek adına çalışmalarımızı sürdürüyoruz. Farklı alanlarda yürüttüğümüz çalışmaları bir bütünlük içerisinde değerlendiriyoruz. Örneğin bir yandan şehirlerimizin dünya kentleriyle





Son yıllarda kültürel mirasımıza sahip çıkmak noktasındaki gayret ve kapasitemizi arttırdık. Bu kapsamda bugün kültürümüze, tarihimize ait nerede hangi eser varsa büyük bir titizlik içerisinde hareket ederek bu eserlerin ülkemize getirilmesini sağlıyoruz.

rekabet edebilmesine dönük adımlar atıp yeni kültür merkezleri inşa ederken, diğer yandan yeni sanatçıların yetişmesine imkân sağlayacak altyapılar oluşturmayı sürdürüyoruz. Restorasyon çalışmalarına gerek yurt içinde gerekse yurt dışında ayrı bir önem veriyoruz. TİKA marifetiyle tarihin en başarılı çalışmalarını hayata geçirdik. Yunus Emre Enstitüsü gibi kuruluşlarımızla güzel Türkçemizin zenginliğini dünyanın dört bir yanına ulaştırıyoruz. Medeniyetimizin en seçkin örneklerini yabancı dillere çevirerek bu eserlerin farklı toplumlar tarafından keşfedilmesine zemin hazırlıyoruz. Arkeolojik kazı çalışmalarını hiç ara vermeden, büyük bir disiplin içerisinde sürdürüyoruz. 2020 yılında Bakanlığımız izin ve denetimleriyle 502 arkeolojik kazı ve araştırma gerçekleştirilirken, 20.12.2021 tarihi itibarıyla bu rakam 663'e ulaştı. Bakanlığımız izinleri ile yürütülen arkeolojik kazı çalışmalarının sürelerinin uzatılması ve çalışmaların yıl boyunca daha etkin ve verimli gerçekleştirilebilmesi amacıyla Bakanlığımız Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü ile Türk Tarih Kurumu arasında bir iş birliği protokolü imzalandı. Yapılan protokol kapsamında 2019





yılında 20, 2020 yılında 42, 2021 yılında ise 65 arkeolojik kazı çalışmasının kapsama alınmasıyla birlikte 127 arkeolojik kazı çalışmasının yıl boyunca sürdürülmesi amacıyla Türk Tarih Kurumunca da desteklenmesi sağlandı.

Ayrıca son yıllarda kültürel mirasımıza sahip çıkmak noktasındaki gayret ve kapasitemizi arttırdık. Bu kapsamda bugün kültürümüze, tarihimize ait nerede hangi eser varsa büyük bir titizlik içerisinde hareket ederek bu eserlerin ülkemize getirilmesini sağlıyoruz. 2020 yılı Mart ayında Kültür Varlıkları ve Müzeler Genel Müdürlüğü bünyesinde kurulan Kaçakçılıkla Mücadele Daire Başkanlığı vasıtasıyla, 2021 yılı içerisinde son on yılın en yüksek rakamına ulaşarak, 3 bin 480 eserimizi yurt dışından getirdik. Bu yıl son olarak Hırvatistan'dan; aralarında sikkeler, mühür baskısı ve ağırlıkların oluşturduğu eser grubumuzun iadesi sağlanarak, 2002 yılından itibaren yurt dışından getirilen toplam eser sayımız da 7 bin 922'ye yükseldi.

Günümüzde tescilli taşınmaz kültür varlıklarımızın sayısı 119 bin 008'e, sit alanlarımızın sayısı da 22



bin 135'e yükseldi. Bakanlığımızca gerçekleştirilen tespit çalışmaları sonucunda tescil edilen taşınmaz kültür varlıkları envantere dâhil edilmekte olup bu envantere giren varlıklarımızın yaşatılması ve ihyası için Bakanlığımızca ödenek ayrılarak hem devlet eliyle hem de mülkiyet sahiplerince restorasyon çalışmaları sürdürülmektedir. Bu doğrultuda özel mülkiyetteki taşınmazlara devlet eliyle nakdi yardımlar da yapılmaktadır. 2005-2021 yılları arasında; 3 bin 975 adet taşınmaza 54.447.520,00 TL proje yardımı, 2 bin 704 adet taşınmaza 130.058.621,00 TL uygulama yardımı yapılmıştır.



“Anadolu toplumlarının binlerce yıl öncesinden ürettikleri bilim ve sanat eserleri Bakanlığımızca ortaya çıkarılmakta, müze koleksiyonlarımız zenginleşmektedir.

Bakanlığımız, tarihî değerlerimizin yaşatılması noktasında restorasyon faaliyetlerine öncelikli olarak önem göstermektedir. 2019 ve 2020 yıllarında 248 kültür varlığımızın restorasyonu ve ihyası tamamlandı. 2021 yılında ise 109 kültür varlığımızın restorasyonu ve ihyası tamamlanmış olup 104 tanesi için çalışmalar devam etmektedir.

Tarihî değerlerin yaşatılması ve insanlığın ortak kültürel mirasının korunması amacıyla, uluslararası kuruluşlarla da iş birliği içerisinde çalışmalar yürütülmektedir. Ülkemizin taşınır kültürel mirasının korunması ve sunumu ise Bakanlığımıza bağlı müzelerimiz ile yapılmaktadır. Genel Müdürlüğümüze bağlı 208 Müze ve 142 ören yeri hizmet vermektedir. 2019 ve 2020 yıllarında 24 müzemizin ve 9 ören yerimizin açılışı yapıldı. 2021 yılında ise 6 müzemizin açılışı yapılmış olup, 13 müzemizin yapımı ve 5 ören yerimizin çevre düzenleme çalışmaları da devam etmektedir.

Ayrıca, 2020 yılında Bakanlığımız denetiminde faaliyet gösteren özel müze sayısı 291 iken 2021 yılı Aralık ayı itibarıyla 319'a ulaştı. Anadolu toplumlarının binlerce yıl öncesinden ürettikleri bilim ve sanat eserleri Bakanlığımızca ortaya çıkarılmakta, müze koleksiyonlarımız zenginleşmektedir. Arkeolojik kazılardan gelenler çoğunlukta olmak üzere müzelerimize geçen yıl Pandemiye rağmen 25 bin 641 yeni eser daha kazandırıldı. Böylece müzelerimizin toplam eser sayısı 3 milyon 278 bin 114'e yükseldi.

Bakanlığımıza bağlı bölge laboratuvarlarımızca müze koleksiyonlarının korunmasını sağlamak amacıyla durum tespit çalışmaları yapılmakta ve elde edilen sonuçlar doğrultusunda her müze için ayrı bir koruma planlaması yapılmaktadır. Bu doğrultuda bölge laboratuvarlarınca eserlerin konservasyonuna yönelik 2014 yılından bugüne



kadar toplam 120 bin 177 adet eserin restorasyon ve konservasyon çalışması tamamlandı.

Şanlıurfa'da keşfedilen ve 2018 yılında UNESCO Dünya Miras Listesi'ne kaydedilen Göbeklitepe benzeri alanların da yürütülecek arkeolojik kazı, araştırma ve düzenleme çalışmaları ile mevcut destinasyona eklenmesi, Anadolu'nun ve özelde Güneydoğu Anadolu Bölgesi ve Şanlıurfa'nın Neolitik Çağ araştırmaları ile dünya bilim çevreleri ve dünya kamuoyuna sunulmasını amaçlıyoruz.

Neolitik Çağ Araştırma Projesi; lansman adıyla Taş Tepeler Projesi ile başta Karahantepe olmak üzere Göbeklitepe benzeri en az 12 alanda uluslararası ekipli arkeolojik kazı ve araştırmalar planlandı. Çalışma sonuçlarıyla birlikte bölgenin ve ülkemizin kültür turizmine ivme kazandıracak güçlü bir destinasyon oluşturulmasını hedefliyoruz.

Üzerinde yaşadığımız toprakların tarihinin insanlığın uygarlık tarihi ile özdeş olmasının getirdiği zenginliğin bir göstergesi olarak UNESCO Dünya Miras Listesindeki varlıklarımızın sayısı, Malatya Arslantepe Arkeolojik Alanı'nın eklenmesiyle 2021'de 19'a yükseldi. Ayrıca Dünya Miras Geçici Listesi'nde yer alan varlıklarımızın sayısı 84'e ulaştı.

Türkiye Cumhuriyeti olarak kültürel mirasın korunması konusunda Sayın Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'ın sağlamış olduğu desteklerle büyük adımlar atmış bulunmaktayız. Ancak bu konuda medyamızın daha yoğun bilgilendirme faaliyeti içerisinde olması gerektiğini düşünüyoruz.

Medyanın bu konulara daha geniş yer ayırması, toplumsal farkındalığı geliştirecek içerikler oluşturması Türkiye açısından stratejik öneme haizdir. Bastığımız toprağın üstü bizim için ne kadar değerliyse, nefes aldığımız havanın temizliği sağlığımız açısından ne kadar önemliyse, toprağın altı da, medeniyetimize ait tek bir çakıl taşı da o kadar önemlidir. Özellikle genç neslin Türkiye'nin kültürel mirasının yaşatılması noktasında atılan adımlarla ilgili bilgilendirilmesi Ülkemizin dünya üzerindeki rekabetinde önemli rol oynamaktadır. Kültürel mirasın korunması alanında medyanın yanı sıra sivil toplum kuruluşlarına da ciddi görevler düşmektedir. Kültür ve Turizm Bakanlığı olarak bu konuda atılacak adımlara, farkındalık oluşturmak için yapılacak çalışmalara her zaman destek olmaya hazırız.



**Prof. Dr. Fahrettin ALTUN**  
T.C. Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı

# İSLAMOFOBİ

İLE MÜCADELEDE  
MEDYADA

# LİDER TEMSİLİNİN

ROLÜ VE İŞLEVİ

*Anahtar kelimeler: İslamofobi ile mücadele, medya, lider temsili*

*İslamofobi, 21. yüzyılda İslam korkusunun ötesine geçerek büyük bir plan kapsamında ve maksatlı bir biçimde İslam düşmanlığına dönüştürülmüştür. İslamofobi küresel bir sorun alanı olarak karşımızda durmaktadır. Batı merkezli düşünce kuruluşları, medya organları, üniversiteler ve kanaat önderleri tarafından ifade edilen İslamofobi doğrudan ve dolaylı şekilde özellikle imaj transferi yoluyla zihinlere ve kalplere ekilen kötücül bir tohumdur.*



Temelde ırkçılığa dayanan, İslam'ın ve Müslümanların imajını ve itibarını olumsuzlaştırmayı amaç edinen oryantalistlerin bakış açısı, sistematik şekilde İslami değerleri negatif anlamlarla kodlamaya çalışmaktadır.

İslamofobinin yanı sıra zihnimize nakşedilmeye çalışılan bir diğer kavram da 'İslamî terör'dür. Bu kavramlar, birbirini tamamlamak ve güçlendirmek için 'Post-Truth' çağ olarak ifade edilen içinde bulunduğumuz dönemde masa başında üretilen yaklaşımlardır. Batı kaynaklarının yüce dinimiz İslam'a yönelik olumsuz imajlarla ürettiği ve kitle iletişim araçlarıyla tüm dünyada yaygınlaştırılmaya çalışılan "İslamî terör" gibi kavramsallaştırmalara hiçbir suretle prim vermeyeceğiz.

Medyadaki yaygın söylem, yeterli sıklıkta ve etkili aktörler tarafından çeşitli iletişim yöntem ve teknikleriyle farklı ortamlarda metin içerikleriyle ve görsel unsurlarla tekrar edildiğinde kalıp yargılara dönüşmektedir. Medyanın bu gücü olumlu anlamda kullanılabildiği gibi İslamofobide şahit olduğumuz

gibi art niyetli amaçlara hizmet etmesi için de işlevselleştirilmektedir.

Oryantalist bakış açısı dünya siyasetine her zaman zarar vermiştir. Bu doğrultuda üretilen medya içerikleri, çekilen dizi ve filmler, bütün değerli hasletlerin Batı toplumlarında; tüm negatif nitelikler, kaos, anti-demokratik uygulamalar, insan ve hayvan hakları ihlalleri gibi durumlar Doğu toplumlarında yaşanır mesajı medya eliyle dünyaya yayılmıştır. Temelde ırkçılığa dayanan, İslam'ın ve Müslümanların imajını ve itibarını olumsuzlaştırmayı amaç edinen oryantalistlerin bakış açısı, sistematik şekilde İslami değerleri negatif anlamlarla kodlamaya çalışmaktadır. Bu amaçla Batılı güçler özellikle terör örgütlerini ve medya içeriklerini kullanmaktadır.



Günümüzün siyaset, toplum ve iletişim ortamı “Post-Truth” çağ olarak nitelenmektedir. Yaşadığımız dönemde toplumların gerçeklikten uzaklaştığı ya da tamamen koptuğunun altı çizilmektedir. Dolayısıyla İslamofobinin de bu eksende gerçeklerin içinin boşaltıldığı bir medya düzeninde negatif algı yönetimi çalışması olduğunu söyleyebiliriz.

İslamofobi ile mücadele stratejilerinde en etkili aktörlerden biri şüphesiz siyasal liderlerdir. Liderin faaliyetleri, gelecek tasavvuru, söylemlerinde ısrarla üzerinde durduğu konular hem kamu kurum ve kuruluşları hem de toplumun büyük bir kısmı için önemli meseleler olarak algılanmaktadır. O nedenle ulusal ve uluslararası düzeyde siyasal liderlerin öncelikleri kamuoylarının da öncelikleri hâline gelmektedir. Dolayısıyla medya içeriklerinde liderin temsil ettiği değerler, anlam dünyası ve gelecek vizyonu hedef gruplara liderlerin imajları ve retorikleriyle iletilmektedir.

Liderler, hitap ettiği ve önderlik ettiği kitlelerin davranışlarını değiştirebilmekte, geniş toplum kesimlerini yapıcı şekilde etkileyebilmektedir. Bu

bağlamda siyasal liderler bizatihi ontolojik açıdan kitlesel gelişmelerin tetikleyicileridirler. Günümüzde lider imajı tüm unsurların önüne geçerek birincil ikna edici faktör olmuştur. Güçlü ve etkili liderlerin en fazla öne çıkan özellikleri; örnek olmaları, kitleleri harekete geçirmeleri ve belli bir vizyon inşa ederek geleceğe yürümeleridir. Bu minvalde liderlerin politik aklı yerel, bölgesel ve uluslararası konuların dünya gündemine gelmesini ve kamuoyu oluşmasını sağlamaktadır. Liderlerin küresel düzeyde temsil ettiği değerler ve inanç sistemi uluslararası siyasetin de ana gündem maddeleri arasında yer aldığı için siyasal liderlerin politikaları ve retorığı İslamofobi ile mücadele doğrultusunda tasarlandığında medya organları da bu konuya daha fazla yer vermekte ve hedef grupların farkındalığı artırılmaktadır.

Batı'nın Müslüman dünyası üzerinde kurmaya çalıştığı ve kısmen de başarılı olduğu kültürel iktidar sürecinin tamamlayıcı parçası olan İslamofobi ile mücadelede, kendi öz değerlerine ve inancına yabancılaşmamış lider sayısı son derece azdır. Bu durum İslamofobiye karşı atılacak adımların en zayıf yönüdür.



Negatif imaj transferi bağlamında başta Batı merkezli siyaset ve medya perspektifiyle doğrudan ya da subliminal yolla zihnimize işlenen İslamofobi gibi kurgulanmış gerçekliklerle mücadelede medyanın ve güçlü rol modellerin etkisiyle hinterlandımızda bulunan tüm ülkelere ve toplumlara doğru mesajlarla seslenmeli ve İslamofobi konusundaki hakikat mücadelemizi ilmek ilmek işlemeliyiz.

Nüfusunun büyük çoğunluğu Müslüman olan ülkelerin yanı sıra uluslararası örgütler de İslamofobi ile ortak mücadeleye destek vermelidir. İslamiyet'e yönelik yanlış algılara karşı her platformda kolektif bir üst akıl ile mücadele edilmelidir. Türkiye, İslamofobi ile mücadelede de hakikatin temsilcisi olmayı Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın güçlü liderliğiyle her şart ve koşulda devam etmektedir.

İslamofobi ile mücadele stratejilerinde iş birliği başat faktördür. Devletler arasında geliştirilecek diyalog kanalları doğrultusunda siyasal liderlerin öncülüğünde ve bilhassa liderlerin retorikleriyle İslamofobiye karşı durulması elzemdir. Siyasal liderin fikir, söylem ve eylemleri geleneksel

İslamofobi ile mücadele stratejilerinde iş birliği başat faktördür. Devletler arasında geliştirilecek diyalog kanalları doğrultusunda siyasal liderlerin öncülüğünde ve bilhassa liderlerin retorikleriyle İslamofobiye karşı durulması elzemdir. Siyasal liderin fikir, söylem ve eylemleri geleneksel medyada olduğu gibi yeni medyada da geniş şekilde yankılanmaktadır.

medyada olduğu gibi yeni medyada da geniş şekilde yankılanmaktadır. Dolayısıyla liderlerin ulusal ve uluslararası düzeyde medyadaki yansımaları İslamofobik söylem ve eylemlere ilkesel olarak karşı çıkılmasına zemin hazırlayacaktır.

Siyasal liderler çok geniş kitleleri etkileme, ikna etme ve rıza üretme kapasitesine sahiptir. Küresel düzeyde İslamofobi ile mücadele edebilmek için kamusal alanda İslam'ın görünür kılınması, inandığı gibi yaşayan, Müslüman kimliğini gizlemeyen, kimliğini geri planda tutma ihtiyacı hissetmeyen liderlere ihtiyaç vardır. Temelde İslam'ın hümanist yönünü örtme, İslam'ın imaj, itibar ve algısının negatife çevrilmesi projesi olan İslamofobi ile mücadelede liderlerin himayesinde yeni iletişim teknolojileri, dijital oyunlar, çizgi filmler ve diğer tüm iletişim yöntem ve teknikleri kullanılarak farklı hedef kitlelere orijinal içerikler ve mesaj stratejileriyle seslenmek gerekmektedir.

İslamofobi ile mücadelede sosyolojik bağlamda görsel iktidar oluşturmak bir başka kritik konudur. İslamofobi, medyada görseller, videolar ve imajlarla temsil ediliyor ve böylece bireylerin algıları negatif

anlamda yönetiliyor. Bu açıdan bakıldığında İslamofobi ile mücadelede kesinlikle kakofoniye müsaade edilmemelidir. Liderler de tam bu noktada devreye girerek İslamofobiye karşı söylem birliği inşa etmenin yanı sıra medya temsillerinde de İslam'a ve Müslümanlara yönelik olumsuz çağrışım oluşturacak görsellere izin verilmemelidir. Ayrıca bu tür dezenformasyonlara yönelik küresel çapta hukuki yaptırımların hayata geçirilmesine de yine liderler öncülük etmelidir.

Görsel dezenformasyona ve manipülasyona karşı en güçlü tepki liderler eliyle verilmelidir. Ancak bu şekilde sosyal medyada çok hızlı biçimde yayılan yalan haber ve dezenformasyon ile mücadele edilebilir. Bu hususta Batı'nın ortaya koyduğu determinist yaklaşımın tasfiye edilmesi için Sayın Cumhurbaşkanımız gibi güçlü ve proaktif lider temsillerinin artması gerekmektedir. Liderlerin İslam'a yönelik temsil ettiği kodlar ne kadar güçlüyse farklı hedef gruplardaki farkındalık o kadar yükselmekte, tutum ve davranış değişikliğine giden süreç hızlanmaktadır.

Diğer taraftan İslamofobiye karşı sürekli olarak defans yapmanın ötesine geçilerek İslam'a saldıran karanlık zihniyetin oluşturduğu tehlike de dünyaya anlatılmalıdır. Liderler İslam'ın değil İslam düşmanlığının küresel bir tehdit olduğunu özellikle medya araçlarında sistematik biçimde ifade etmeli, İslam ile yakından uzaktan ilgisi olmayan kişilere, gruplara, eylemlere karşı açık biçimde tavır almalı ve bunların arkasında yer alan ilişkiler ağını ve güç mücadelesini deşifre etmelidir. Ayrıca Bosna Hersek'in efsanevi lideri Aliya İzzetbegoviç gibi Müslüman kimliği ile bilenen ve entelektüel duruşuyla dünya siyasetinde önemli bir temsil kabiliyetine sahip liderlerin İslamı referans alarak Batı dünyasına yönelik eleştirel bakış açısı, farklı kamuoylarına anlatılarak İslam düşmanlarına entelektüel zeminde de yanıt verilmelidir. Böylece modernizmi dayanak noktası olarak İslam düşmanlığını yaygınlaştırmaya gayret eden Batı düşünce sistemine de antitezler geliştirilebilir.

Sayın Cumhurbaşkanımız İslamofobi konusuna özel olarak vurgu yapmakta, günümüzde küresel barış ve huzura en büyük tehditlerden birinin ırkçı, yabancı düşmanı, ayrımcı ve İslam karşıtı



**Türkiye, İslamofobiye karşı güçlü bir medya ve iletişim merkezi kurulması konusunda Sayın Cumhurbaşkanımız talimatıyla çalışmaya başlamıştır. Türkiye, Malezya ve Pakistan tarafından İslam karşıtlığı ile mücadele için İngilizce yayın yapacak ortak bir televizyon kanalı kurulması projesi İslam düşmanlığıyla mücadelede stratejik bir iletişim aracı olarak konumlanacaktır.**

eğilimlerdeki yükseliş olduğuna işaret etmektedir. Dolayısıyla İslamofobi ve İslam karşıtlığına karşı uluslararası ve çok boyutlu bir mücadele gerekiyor. Sayın Cumhurbaşkanımız 2020 yılında Yeni





Zelanda'nın Christchurch kentinde Cuma namazı sırasında Müslümanlara yönelik terör saldırısının gerçekleştirildiği 15 Mart'ın BM tarafından "İslam Düşmanlığına Karşı Uluslararası Dayanışma Günü" olarak ilan edilmesi çağrısında da bulunmuştur. Sayın Cumhurbaşkanımız İslamofobinin tıpkı antisemitizm gibi bir insanlık suçu olduğunu defaatle vurgulamış bir lider. İslamofobi bir ırkçılık türü, bir nefret suçu ve ne yazık ki sistematik şekilde yeniden yeniden üretiliyor. Siyaset üretemeyen siyasetçilerin ırkçılığa, İslamofobik tavrılara başvurduklarına şahitlik ediyoruz.

Türkiye, İslamofobiye karşı güçlü bir medya ve iletişim merkezi kurulması konusunda Sayın Cumhurbaşkanımız talimatıyla çalışmaya başlamıştır. Türkiye, Malezya ve Pakistan tarafından İslam karşıtlığı ile mücadele için İngilizce yayın yapacak ortak bir televizyon kanalı kurulması projesi İslam düşmanlığıyla mücadelede stratejik bir iletişim aracı olarak konumlanacaktır. Ayrıca söz konusu televizyon kanalı projesini, İslam dünyası ile Batı dünyası arasındaki ilişkilerin iyileştirilmesi, ön yargıların ortadan kaldırılması için önemli bir imkân olarak görüyoruz.

İslamofobi ile kesinlikle basit bir korkudan bahsetmiyoruz. Hakikat ötesi çağda gerçeklikten koparılan kurgulanan bir siyasal korkudan, bir düşmanlıktan ve nefret suçundan bahsediyoruz. Liderler düzeyinde İslamofobik akımlara dur denilmezse bu beraberinde şiddeti ve terörü de getirecektir. Öncelikle burada temel problemin Müslümanların kendilerini yanlış tanıtmalarından değil, ırkçıların İslamiyet'i kendi sanal gerçeklikleriyle inşa etmeye çalışmalarından kaynakladığını tespit etmemiz gerekiyor.

İletişim Başkanlığı olarak İslamofobi ile mücadele çatsı altında güçlü bir medya ve iletişim kanalı kuracağız. Dijital tabanlı olarak tasarlanabilecek bu platform, sosyal medya için aydınlatıcı videolar, belgeseller hazırlayacak, video haber üretimi yapacak. Bu modelde bir çağrı merkezi ve ihbar hattı, sinema filmleri için bir fon, sosyal medya kampanyaları, belli periyotlarda rapor ve kitap yayını da bulunuyor. Elbette yaygın bir erişime ulaşması için tüm dijital imkânlar ve kanallar devreye alınacaktır.

Müslümanların maruz kaldığı ayrımcılığı tüm yönleriyle ortaya koyacak ve bunu ırkçılığın bir türü olarak gündeme getirecek bu girişimin, İslam dünyası ile Batı dünyası arasında stratejik bir iletişim kanalı olacağına inanıyoruz. Müslümanlara yönelik ön yargı ve nefrete dikkati çekecek kanalın, hoşgörü, birlikte yaşama, kültürler arası ilişkiler gibi hususlarda farkındalık oluşturmasını amaçlıyoruz.

ABD merkezli araştırma şirketi Pew'in verilerine göre, 2070 yılına gelindiğinde tüm İslamofobik saldırılara, faaliyetlere ve misyonerlik çalışmalarına karşın Müslümanların sayısı Hristiyanları geçecektir. Böylece İslam, sayısal anlamda dünyanın en büyük dini olacaktır. Bu veriler analiz edildiğinde, hakikat ötesi çağda Hristiyan Batı dünyasının masa başında ürettiği hipergerçek olan İslamofobiye neden bu kadar büyük anlam atfettiğini anlamlandırmak zor değil.

Netice itibarıyla İslam karşıtı manipülasyonlar ve Müslümanlara yönelik oluşturulmaya çalışılan nefret dolu stereotiplerle mücadelede kararlı, etkili ve güçlü Müslüman liderler kitlelerin farkındalığını artıran ve dünyanın tamamına yayılmaya çalışılan İslam düşmanlığına karşı en belirleyici aktörlerdir.



**Ebubekir ŞAHİN**  
RTÜK Başkanı



# TÜRKÇEYİ

## YAŞATMA GAYEMİZ:

### MEDYA ÖDÜLLERİ



**Anahtar kelimeler:** Yunus Emre ve Türk Dili Yılı, medyada Türkçenin kullanımı, ödüllendirme, medya regülasyonu

*Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan'ın 2021 yılının Yunus Emre ve Türkçe Yılı olarak kutlanacağını ilan etmesinin ardından gerek yurt içinde gerekse yurt dışında birçok etkinlik gerçekleştirildi. Bu kapsamda özellikle yurt dışında yapılan programların büyük önem taşıdığına inanıyoruz. Son yüzyıl içerisinde insanlık adına birçok alanda önemli sıçramalar gerçekleştirildi. Ekonomiden sanata, bilimden mimariye bir yüzyılın içine neredeyse insanlık tarihi sığıdı. Bu büyük sıçramanın yanında büyük yıkımlar, bunalımlar da ortaya çıktı. İnsanlığın ruhu kendini aramaya başladı.*



**R**uhsal olarak büyük bir boşluk yaşayan birbirinden farklı toplumlarda benzer insani problemler görülmesi, insanlığın ortak bir sorun yaşadığının en büyük göstergesi olarak karşımızda duruyor. Yaşanan büyük sıçramalar ve bunalımlardan sonra kendini arayan insanlık, Yunus Emre ruhuna çok daha fazla ihtiyaç duymaktadır. Şunu çok açık bir şekilde söylemeliyiz ki, her şeyin ölçütü olarak sadece kendisini gören modern insan, merhametsizlik ve bencillik denizinin ortasında kurtulmak için sevgiye sarılmak durumundadır.

## Türkiye Dünya Barışına Katkı Sağlıyor

Bu kapsamda Yunus Emre yılı münasebetiyle özellikle yurt dışında yapılan programların ne kadar önemli olduğu daha iyi anlaşılmaktadır. Ülkemiz Yunus'un mesajını dünyanın dört bir yanına ulaştırmak gayretiyle yürüttüğü bu çalışmalarla aynı zamanda dünya barışına da çok önemli katkılar sunmaktadır.

*'Ben gelmedim dava için,  
Benim işim sevi için  
Dostun evi gönüllerdir  
Gönüller yapmaya geldim'*

diyen Yunus'un mesajını dünyanın dört bir yanına ulaştırırken ayağımızı bastığımız en sağlam kara parçası da dilimiz, Türkçemiz olmuştur. Yunus tıpkı Mevlana ve Hacı Bektaş gibi bizim zihin ve kalp dünyamızı oluşturan en önemli isimlerden biriyken aynı zamanda dilimizin anlam dünyasını da kuran bir bilgedir. Bu nedenle Yunus'u anlamak aynı zamanda kendi dilimizi var etmek anlamına gelmektedir. Yunus'u anladıkça dilimizi oluşturan mana dünyasına bir adım daha yaklaşmış oluruz. Bu dünyanın derinliklerini keşfederek bugün bastığımız zemine daha sağlam basmış oluruz. Türkçemiz, varlığımızın en önemli koşullarından biridir. Düşünce dünyamızın en önemli mütefekkirlerinden biri olan Cemil Meriç üstadımızın ifadesiyle "Kamus bir milletin namusudur. Kamusa uzanan el namusa uzanmıştır."



## RTÜK'ün Türkçe Konusundaki Hassasiyeti

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu olarak sorumluluğumuz çerçevesinde dilimizin görsel ve işitsel medyada en doğru şekilde kullanılması adına her zaman gereken hassasiyeti sürdürme gayreti içerisinde olduk. Bu konuya her zaman ayrı bir

Her gün milyonlarca vatandaşımız görsel ve işitsel medya kullanıcılarını izleyip, dinlemektedir. Biz Türkçemizin evrensel standartlarda bilim, kültür, sanat, düşünce dili olmasını hedeflerken bu konuda medyamızdan daha fazla hassasiyet göstermesini beklemek bir açıdan olmazsa olmazımızdır.



önem verdik. Eğitim programları düzenleyerek sektöre katkı sağlamaya çalıştık. Ayrıca RTÜK bünyesinde hazırladığımız kitap ve çeşitli materyallerle eğitim faaliyetlerimizi çeşitlendirdik. Medyada dilimizin özellikle argo kelimelerden arındırılmasına ilişkin çok titiz davrandık. Bunun yanı sıra medyada Türkçemizin yanlış kullanılmaması için her daim mücadele verdik. Bu konuda medya organlarıyla çok güçlü iletişimler kurarak dilimizin kurallarına uyulması konusunun takipçisi olduk. Medyada dil hassasiyetini en üst seviyede tutarak, paydaşımız olarak gördüğümüz



kuruluşların yayınlarını sıkı bir şekilde takip edip, dil konusunun ne denli önemli olduğunu ısrarlı bir şekilde hatırlattık.

Kitle iletişim araçlarının toplum üzerindeki etkisini göz önünde bulundurduğumuz takdirde medyanın bu konuda daha dikkatli davranmasının ülkemiz için ne denli varoluşsal bir mesele olduğu daha iyi anlaşılır. Her gün milyonlarca vatandaşımız görsel ve işitsel medya kullanıcılarını izleyip, dinlemektedir. Biz Türkçemizin evrensel standartlarda bilim, kültür, sanat, düşünce dili olmasını hedeflerken bu konuda

“Radyo ve Televizyon Üst Kurulu olarak dilimizi korumak, dil konusundaki hassasiyetimizi daha geniş bir alana yaygınlaştırmak adına 2021 Yunus Emre ve Türkçe yılı kapsamında bir çalışma gerçekleştirdik.

medyamızdan daha fazla hassasiyet göstermesini beklemek bir açıdan olmazsa olmazımızdır. Maalesef son yıllarda yabancı kelimelerin istilasına uğrayan güzel Türkçemizi koruyarak gelecek nesillere en doğru şekilde aktarmak için medya kuruluşlarımızla yürüttüğümüz çalışmalarını hız kesmeden sürdürmeye devam edeceğiz.

Bu çerçevede Radyo ve Televizyon Üst Kurulu olarak dilimizi korumak, dil konusundaki hassasiyetimizi daha geniş bir alana yaygınlaştırmak adına 2021 Yunus Emre ve Türkçe yılı kapsamında bir çalışma gerçekleştirdik. Türk Dil Kurumumuz ile birlikte ‘Görsel ve İşitsel Medyada Doğru Türkçe Kullanımı’ adıyla Sayın Cumhurbaşkanımızın himayelerinde bir ödül töreni gerçekleştirdik.

## Seçici Kurul, Alanında Uzman İsimlerden Oluştur

Görsel ve işitsel medyada dilimizi en doğru şekilde kullanan isimlerin belirlenmesi için öncelikle kendi alanında uzman isimlerden bir seçici kurul oluşturuldu. Türk edebiyatının en önemli isimlerinden biri olan ve aynı zamanda akademik olarak da bu alanın üstatlarından Prof. Dr. İskender Pala’nın başkanlığında, RTÜK Başkan Yardımcısı İbrahim Uslu ile Daire Başkanı Murat Ellialtı, edebiyatımızın ve basının güçlü kalemlerinden Sibel Eraslan, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölüm Başkanı Prof. Dr. Hakan Aydın, Sakarya Üniversitesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölüm Başkanı Prof. Dr. Yılmaz Daşcıoğlu, Türk Dil Kurumu Başkan Yardımcımız Prof. Dr. Feyzi Ersoy’dan oluşan seçici kurul, çalışmaları sonunda ödül verilecek 23 farklı kategori belirledi. Kategorilerin belirlenmesinin ardından seçici kurul üyelerimiz yapmış oldukları değerlendirmeler sonucunda Görsel ve İşitsel Medyada Doğru Türkçe Kullanımı ödüllerinin sahiplerini belirledi. Kültür ve Turizm Bakanımız Sayın Mehmet Nuri Ersoy’un destekleri, Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan’ın himayeleriyle 27 Ocak 2022 tarihinde Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Külliyesi’nde düzenlenen ödül töreniyle medya dünyamızın değerli isimlerine ödülleri tevdi edildi.

## 23 Farklı Kategoride Ödül Verildi

Törende, ödüle layık görülen, “Ana Haber Sunucusu” alanında Nazlı Çelik, “Ara Haber Bülteni Sunucusu” dalında Banu El, “Haber Programı” dalında Cem Öğretir, “Dizi” dalında “Gönül Dağı” dizisiyle yapımcı Ferhat Eşsiz, “Söyleşi-Yorum” dalında Ahmet Hakan Coşkun, “Belgesel” dalında Serdar Kılıç, “Eğitim” dalında Emine Simge Akoğul, “Ekonomi” dalında Serdar Kuter, “Kültür ve Dil” dalında Levent Dönmez,





“Kültür-Medeniyet” dalında Zeynep Türkoğlu, “Sanat” dalında Hülya Koçyiğit, “Bilgi-Eğlence” dalında Alper Ateş, “Aile” dalında Ayşe Kaya Göktepe, “Çizgi Film Animasyon” dalında İsmail Fidan, “Yaşam Boyu Saygı Ödülü” alanında Zeliha İlhan Doymuş, “Tarih” alanında Saadet Özen, “Seyahat” alanında Özlem Tunca, “Teknoloji” alanında Şenol Vatansever, “Spor” alanında Murat Caner-Uğur Meleke, “Sağlık-Yaşam” alanında Güven İslamoğlu plaketlerini Cumhurbaşkanımız Sayın Recep Tayyip Erdoğan’dan aldı.



Radyo ve Televizyon Üst Kurulu olarak Türkçe konusundaki hassasiyetimizi en üst seviyede tutarak çalışmalarımızı sürdürmeye devam edeceğiz. Medyada Türkçenin doğru kullanımıyla ilgili olarak yapmış olduğumuz çalışmaları da arttıracacağız. Bu mesele ülkemizin geleceği açısından son derece önemli bir konudur. Hatta bu dava ülkemizin en önemli edebiyat tarihçilerinden Mehmet Kaplan açısından Türkiye’nin en mühim davasıdır. Onu halletmedikçe kültürle alakalı diğer meseleleri halletmeye imkân dahi yoktur. Dilimizi koruyup güçlendirirsek o zaman bu dil aracılığıyla dünyaya sesimizi daha gür bir şekilde ulaştırmanın da imkânını elde etmiş oluruz.



Sonuç olarak dilimizin zenginliğini korumak ve geliştirmek konusunda hem bireysel hem de kurumsal olarak üzerimize düşen sorumluluğu büyük bir titizlikle yerine getirmek mecburiyetinde olduğumuzu hiçbir zaman aklımızdan çıkarmamalıyız. Büyük Türkiye idealinin gerçekleşmesi ancak bu yolla sağlanabilir. Büyük hikâyecimiz Ömer Seyfettin’in de ifade ettiği gibi “Vatanını kaybeden bir millet eğer lisanına ve edebiyatına hâkim kalırsa mahvolmaz, yaşar ve yine bir gün istiklalini kazanır. Fakat bir millet lisanını bozar, kaybederse, hatta siyasi hâkimiyeti baki kalsa bile tarihten silinir”.





## TÜRKİYE İLE AZERBAYCAN ARASINDA MEDYA ALANINDA STRATEJİK İŞ BİRLİĞİ

# ORTAQ MEDYA

# ORTAK MEDYA

## PLATFORMU

**Açar sözlər:** media, tənzimləmə, əməkdaşlıq, anlaşma, kommunikasiya

**Anahtar kelimeler:** medya, düzenleme, iş birliği, anlayış, iletişim

*Azərbaycan-Türkiyə münasibətlərində gəlinmiş hazırkı nöqtə bu münasibətlərin tarixində indiyədək müşahidə olunan ən yüksək zirvədir. Türkiyə Cümhuriyyətinin qurucusu Mustafa Kamal Atatürk'ün və Azərbaycan xalqının ümummilli lideri Heydər Əliyevin müdrikəsinə söylədikləri "Azərbaycanın sevinci bizim sevincimiz, kədəri bizim kədərimizdir" və "Bir millət, iki dövlət" ifadələrinin ruhuna uyğun qurularaq inkişaf etdirilən və dünyada analoqu olmayan ikitərəfli münasibətlər xüsusilə də 44 günlük Vətən müharibəsilə daha da sıxlaşaraq bu gün iki qardaş xalqın, dövlətin mənafehlərinə uyğun şəkildə daha da yüksək səviyyəyə qaldırılmaqdadır.*

*Azərbaycan-Türkiyə ilişkilerinde geçmişten bu yana en güçlü dönem yaşanmaktadır. Türkiye Cumhuriyeti'nin kurucusu Mustafa Kemal Atatürk ve Azerbaycan halkının Millî Lideri Heydar Aliyev'in hikmetli sözleri "Azerbaycan'ın sevinci bizim sevincimiz, kederi bizim kederimizdir" ve "Bir millet, iki devlet" ifadelerinin ruhuna uygun dünyada benzeri olmayan gelişmiş ikili ilişkiler, özellikle 44 günlük Vatanseverlik Savaşı ile derinleşmiş ve bugün iki kardeş halk ve devletin menfaatleri doğrultusunda daha üst bir seviyeye taşınmaktadır.*





**A**zərbaycanın haqlı mövqeyi, Ermənistanın isə aqressiv hərəkətləri, sivillərə, döyüş zonasından uzaqda yerləşən iri şəhərlərə, strateji əhəmiyyətli obyektlərə qarşı həyata keçirdiyi dağıdıcı hücumlarla bağlı dünya birliyinin məlumatlandırılmasında Türkiyə mediası ilə işbirliyi mühüm əhəmiyyət kəsb etdi. Belə ki, bir sıra Qərbi media subyektlərinin məsələyə ermənipərəst mövqedən yanaşdığı dövrdə, Türkiyə mediası Azərbaycan həqiqətlərini dünya ictimaiyyətinə çatdırmaqda vacib rol oynamışdır. Məhz müharibə dövründə qazanılmış təcrübə sonradan daha da təkmilləşdirilməklə institusional və normativ əsaslarla möhkəmləndirilmişdir.

“Azərbaycan Respublikası ilə Türkiyə Respublikası arasında media sahəsində strateji əməkdaşlıq haqqında” Anlaşma Memorandumu 2020-ci il dekabrın 10-da Bakı şəhərində imzalanmışdır. Bu Memorandumla iki ölkə arasında media sahəsində əlaqələrin inkişaf etdirilməsinə töhfə vermək məqsədilə “Birgə Media Platforması”nın yaradılması nəzərdə tutulmuşdur. Platformanın məqsədi isə Azərbaycan-Türkiyə ikitərəfli əlaqələrini və əməkdaşlığını media və kommunikasiya sahəsində gücləndirməklə strateji media ortaqlığının yaradılmasıdır.

**A**zərbaycan'ın haqlı konumu və Ermənistan'ın saldırgan eylemləri, sivilərə yönelik yıkıcı saldırlar, savaş bölgəsindən uzaq böyük şəhirlər və stratejik açıdan önəmli tesislər hakkında dünya kamuoyunun bilgilendirilmesinde, Türk medyası ile iş birliğı önem arz etmekteydi. Nitekim birtakım Batılı medya kuruluşlarının konuya Ermeni yanlısı bir gözle yaklaştığı bir dönemde, Türk medyası Azərbaycan gerçəğinin dünya kamuoyuna iletilmesinde önəmli bir rol oynadı. Savaş sırasında kazanılmış tecrübe sonradan daha da geliştirilerek kurumsal ve normatif bir temelde güçlendirilmiştir.

“Azerbaycan Cumhuriyeti ile Türkiye Cumhuriyeti Arasında Stratejik Medya İşbirliğı Mutabakat Zaptı” 10 Aralık 2020 tarihinde Bakı'de imzalandı. Bu Mutabakat Zaptı, iki ülke arasındaki medya ilişkilerinin geliştirilmesine katkıda bulunmak için bir “Ortak Medya Platformu”nun kurulmasını öngörmektedir. Platformun amacı, Azerbaycan-Türkiye ikili ilişkileri ile medya ve iletişim alanında iş birliğini güçlendirerek stratejik bir medya ortaklığı kurmaktır.



Memoranduma görə, yaradılan Birgə Media Platforması çərçivəsində iki ölkə arasında sağlam media əlaqələri şəbəkəsinin infrastrukturunun yaradılması aşağıdakı üsullarla həyata keçirilməsi nəzərdə tutulmuşdur:

- media sahəsində bilik, təcrübə və mənbələrin paylaşılması,
- iki ölkənin media sahəsində fəaliyyət göstərən rəsmi qurumları ilə birgə işlərin aparılması,
- beynəlxalq arenada rast gəlinən dezinformasiyaya qarşı birgə mübarizə aparılması və dünya ictimaiyyətinin düzgün məlumatlandırılması,
- televiziya və kino sahəsində ortaq işlərin həyata keçirilməsi,
- müxtəlif media və sektor təmsilçiləri ilə tərəfdaşlığın qurulması,
- peşə təhsili və mübadilə proqramlarının təşkil edilməsi,
- iki ölkənin fikir öndərləri arasında rabitə körpüsünün qurulması.

Mutabakat Zəptinə görə Ortak Medya Platformu çərçivəsində iki ölkə arasında sağlam bir media ağı altyapısının kurulması şu şəkildə həyata keçiriləcəkdir:

- Medya alanındaki bilgi, deneyim ve kaynakları paylaşmak,
- İki ülkenin medya otoriteleri ile ortak çalışma,
- Uluslararası arenada yanlış bilgilendirme ile ortaklaşa mücadele etmek ve dünya toplumunu uygun şekilde bilgilendirmek,
- Televizyon ve sinema alanında ortak çalışmaların uygulanması,
- Çeşitli medya ve sektör temsilcileriyle ortaklıklar kurmak,
- Mesleki eğitim ve değişim programlarının düzenlenmesi,
- İki ülkenin fikir önderleri arasında bir iletişim köprüsü kurmak.

İki qardaş ölkənin media və kommunikasiya sahələri üzrə rəsmi şəxslərindən ibarət nümayəndə heyətlərinin iştirak etdiyi ilk toplantıda kommunikasiya sahəsində əlaqələrin yaxşılaşdırılması məqsədilə ənənəvi və rəqəmsal media, strateji kommunikasiya, ictimai diplomatiya sferalarında işbirliyi və koordinasiyanın artırılması, dezinformasiyaya qarşı birgə mübarizə məsələləri müzakirə predmeti olaraq seçilmişdir.

Qeyd olunmalıdır ki, ortaq media platforması üzərində iş 2020-ci ildən başlamışdır. Həmin ilin sentyabr ayında Azərbaycan Respublikası Prezidentinin köməkçisi cənab Hikmət Hacıyevin rəhbərlik etdiyi böyük nümayəndə heyətinin Türkiyəyə səfəri zamanı yaradılacaq ortaq media işbirliyinin əhatə dairəsi, istiqamətləri, perspektivləri araşdırılmışdır. Həmin nümayəndə heyətinin tərkibində olan bir şəxs kimi keçirilmiş görüş və toplantıların gələcək əməkdaşlığımızda necə böyük əhəmiyyət danışdığını əminliklə söyləyə bilərəm.

Artıq Birgə Media Platforması öz işinə başlamışdır. 2021-ci ilin oktyabr ayında İstanbulda keçirilən Türk Şurasının Media Forumu çərçivəsində Türkiyə-Azərbaycan Ortaq Media Platformunun ilk toplantısı baş tutmuşdur. İki qardaş ölkənin media və kommunikasiya sahələri üzrə rəsmi şəxslərindən ibarət nümayəndə heyətlərinin iştirak etdiyi ilk toplantıda kommunikasiya sahəsində əlaqələrin yaxşılaşdırılması məqsədilə ənənəvi və rəqəmsal media, strateji kommunikasiya, ictimai diplomatiya sferalarında işbirliyi və koordinasiyanın artırılması, dezinformasiyaya qarşı birgə mübarizə məsələləri müzakirə predmeti olaraq seçilmişdir. Türkiyə və Azərbaycan dövlətlərinin həm media sahəsində strateji əməkdaşlıq, həmçinin də Birgə Media Platforması ilə bağlı vizionları açıq şəkildə bəyan edilmişdir. Türkiyə tərəfinin mövqeyini ifadə edən Prezident Administrasiyasının Kommunikasiya İdarəsinin rəhbəri Fahrettin ALTUN bildirmişdir

İki kardeş ülkenin medya ve iletişim yetkililerinin heyetlerinin katıldığı ilk toplantıda iletişim alanında ilişkilerin geliştirilmesi amacıyla geleneksel ve dijital medya alanlarında iş birliği ve koordinasyonun artırılması, stratejik iletişim, kamu diplomasisi, yanlış bilgilendirmeye karşı ortak mücadele konuları tartışma konusu olarak seçilmiştir.

Ortak bir medya platformu üzerine çalışmaların 2020 yılında başladığını belirtmekte fayda bulunmaktadır. Aynı yılın Eylül ayında Azerbaycan Cumhurbaşkanı Yardımcısı Hikmet Hacıyev'in başkanlığındaki büyük bir heyetin Türkiye'ye yaptığı ziyarette, ortak medya iş birliğinin kapsamı, yönleri ve beklentileri incelenmiştir. O heyetin bir üyesi olarak, toplantıların gelecekteki iş birliğimizde ne kadar önemli olduğunu güvenle söyleyebilirim.

Ortak Medya Platformu şimdiden çalışmalarına başlamıştır. Türkiye-Azerbaycan Ortak Medya Platformu'nun ilk toplantısı Türk Konseyi Medya Forumu kapsamında Ekim 2021'de İstanbul'da yapıldı. İki kardeş ülkenin medya ve iletişim yetkililerinin heyetlerinin katıldığı ilk toplantıda iletişim alanında ilişkilerin geliştirilmesi amacıyla geleneksel ve dijital medya alanlarında iş birliği ve koordinasyonun artırılması, stratejik iletişim, kamu diplomasisi, yanlış bilgilendirmeye karşı ortak mücadele konuları tartışma konusu olarak seçilmiştir. Türkiye ve Azerbaycan'ın hem medya alanında stratejik iş birliği hem de Ortak Medya Platformu ile ilgili vizyonları açıkça belirtilmiştir. Türk tarafının bu konudaki tutumunu Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanı Fahrettin ALTUN şu ifadelerle aktarmıştır: *“Gelecek nesillere*



ki, “Ortaq addımlarla gələcək nəsillərə iki dövlətin gücünü göstərə biləcəyimiz işlər görəcəyik. Eyni zamanda, qısa, orta və uzaq perspektivli stratejik kommunikasiya kampaniyaları ilə ölkələrimizin birliyini, dövlətlərimizin gücünü dünya ictimaiyyətinə çatdıracağıq”. Azərbaycan Respublikası Prezidentinin köməkçisi Hikmət Hacıyev isə toplantıdakı nitqində II Qarabağ müharibəsi dövründə Türkiyə ilə Azərbaycan arasında kommunikasiya sahəsində edilən əməkdaşlığın çox uğurlu nəticələr verdiyini, Ortaq Media Platformasının yaradılmasının da bunun bariz nümunəsi olduğunu qeyd etmişdir.

Türkiyə-Azərbaycan Ortaq Media Platformasının strukturu ilə bağlı məsələlərin də müzakirə edildiyi tədbirdə “ictimai diplomatiya”, “beynəlxalq media”, “strateji kommunikasiya”, “təhsil”, “qanunvericilik və tənzimləmə”, “rəqəmsallaşma və beynəlmilləşmə” komitələrinin yaradılması ilə bağlı qərar qəbul edilib.

Ortaq Media Platforması çərçivəsində hər iki ölkənin media tənzimləyici qurumları arasında əlaqələrin və əməkdaşlığın da böyük önəmi və perspektivi vardır. Azərbaycan Respublikası Millî

Ortaq addımlarla gələcək nəsillərə iki dövlətin gücünü göstərə biləcəyimiz işlər görəcəyik. Eyni zamanda, qısa, orta və uzaq perspektivli stratejik kommunikasiya kampaniyaları ilə ölkələrimizin birliyini, dövlətlərimizin gücünü dünya ictimaiyyətinə çatdıracağıq.

Gelecek nesillere iki devletin gücünü göstərmək için ortak adımlar atacağız. Aynı zamanda kısa, orta ve uzun vadeli stratejik iletişim kampanyaları ile ülkelerimizin birliğini ve devletlerimizin gücünü dünya kamuoyuna aktaracağız.

iki devletin gücünü göstərmək için ortak adımlar atacağız. Aynı zamanda kısa, orta ve uzun vadeli stratejik iletişim kampanyaları ile ülkelerimizin birliğini ve devletlerimizin gücünü dünya kamuoyuna aktaracağız.” Azərbaycan Cumhurbaşkanı Yardımcısı Hikmət Hacıyev, toplantıda yaptığı konuşmada, İkinci Karabağ Savaşı sırasında Türkiyə ilə Azərbaycan arasında haberleşme alanında yürütülen iş birliğinin çox başarılı olduğunu və Ortaq Media Platformu’nun kurulmasının bunun en önemli örneği olduğunu dile getirmiştir.

Türkiyə-Azərbaycan Ortaq Media Platformu’nun yapısının da ele alındığı etkinlikte, “kamu diplomasisi”, “uluslararası medya”, “stratejik iletişim”, “eğitim”, “mevzuat ve düzenleme”, “dijitalleşme ve uluslararasılaşma” konularında komitelerin kurulmasına ilişkin kararlar alınmıştır.

Ortaq Media Platformu çərçivəsində, hər iki ölkənin media tənzimləyiciləri arasındakı əlaqələr və iş birliyi böyük önəm və beklentilər içindədir.



Televiziya Və Radio Şurası RTÜK ilə əlaqələrin inkişaf etdirilməsində maraqlıdır. Bu gün hər iki ölkənin audiovizual media üzrə tənzimləyici qurumları arasında uğurlu əməkdaşlıq münasibətləri inkişaf etdirilir. Hesab edirik ki, RTÜK-ün qazandığı nailiyyətlər və uğurlu təcrübə Azərbaycan üçün faydalı ola bilər.

Azərbaycanda teleradio industriyası sahəsində öyrənilməsinə ciddi ehtiyac olan istiqamətlərdən biri televiziya izləmə reytinglərinin ölçülməsi ilə bağlıdır. Azərbaycanda bu sahədə olan mövcud problemlər teleradio reklam bazarının zəif inkişaf etməsinə gətirib çıxarmışdır. Son illərdə bu sahədə inamlı addımlar atmış Türkiyənin təcrübəsi Azərbaycanda maraqla öyrənilməyə başlanmışdır. Bu mənada bu ilin iyul ayında TİAK nümayəndələrinin Bakı şəhərində televiziya izləmə reytinglərinin ölçülməsi ilə bağlı keçirdikləri təqdimat və Azərbaycanda Türkiyə təcrübəsinin öyrənilməsi ilə bağlı müzakirələr xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Bütün bunlar Ortaq Media Platforması çərçivəsində görülməli işlərin mühüm perspektivləri olduğunu deməyə əsas verir. Sırr deyildir ki, Türkiyə mediası

Azərbaycan Cumhuriyeti Ulusal Televizyon ve Radyo Konseyi, RTÜK ile ilişkilerin geliştirilmesi ile ilgilenmektedir. Bugün, iki ülkenin görsel-işitsel medya düzenleyicileri arasında başarılı bir iş birliği gelişmektedir. RTÜK'ün başarılarının ve başarılı tecrübesinin Azərbaycan için faydalı olabileceğine inanıyoruz.

Azərbaycan'da televiziya və radyo endüstriyası sahəsində çalışılması gereken alanlardan biri də televiziya izləmə oranlarının ölçülməsidir. Azərbaycan'da bu sahədə mövcud problemlər, televiziya və radyo reklam bazarının zəif bir şəkildə inkişafına yol açmışdır. Son illərdə bu sahədə inamlı addımlar atan Türkiyə'nin təcrübəsi Azərbaycan'da ilgiylə incelenmektedir. Bu bağlamda, bu ilin Temmuz ayında TİAK təmsilçilərinin Bakı'da televiziya reytinglərinin ölçülməsinə ilişkin sunumları və Azərbaycan'da Türkiyə'nin təcrübəsinin incelenməsinə ilişkin müzakirələr xüsusi əhəmiyyət daşıyır.

Bütün bunlar, Ortaq Medya Platformu'nda yapılacak işlər üçün önəmli beklentilər içine girdiyini göstərməkdədir. Türk mediasının böyük



“Həmçinin media strukturları arasında münasibətlərin dərinləşməsi ortaqlıq media layihələrinin formalaşdırılması imkanlarını da ortaya qoyur. Digər tərəfdən, Memorandumda əksini tapdığı kimi, beynəlxalq arenada rast gəlinən dezinformasiyaya qarşı birgə mübarizə aparılması və dünya ictimaiyyətinin düzgün məlumatlandırılması istiqamətində də birgə fəaliyyətin təşkili üçün də yeni imkanlar yaranmaqdadır.

geniş potensiala və böyük təcrübəyə malikdir. Həmçinin Türkiyə mediası dünyanın aparıcı media strukturları ilə sıx əməkdaşlıq çərçivəsində fəaliyyət göstərir. Azərbaycanın Türkiyə mediasının bu imkanlarından və təcrübələrindən faydalanması ölkəmizin global informasiya məkanına inteqrasiyası üçün yeni üfüqlər açır. Həmçinin media strukturları

“Medya yapıları arasındakı ilişkilerin dərinləşməsi, ortaq media projeleri oluşturma olasılığını da ortaya koymaktadır. Öte yandan, Mutabakat Zaptı'nda da yansıtıldığı gibi uluslararası alanda yanlış bilgilendirmeye karşı ortaq mücadele ve dünya toplumunu doğru bir şekilde bilgilendirmek amacıyla ortaq faaliyetlerin düzenlenmesi için yeni fırsatlar ortaya çıkmaktadır.

bir potansiyele ve büyük bir deneyime sahip olduğu bilinen bir gerçektir. Türk medyası da dünyanın önde gelen medyasıyla yakın iş birliği içinde çalışmaktadır. Azerbaycan'ın bu fırsatları ve Türk medyasının deneyimlerini kullanması, ülkemizin küresel bilgi alanına uyumu için yeni

arasında münasibətlərin dərinləşməsi ortaqların layihələrinin formalaşdırılması imkanlarını da ortaya qoyur. Digər tərəfdən, Memorandumda əksini tapdığı kimi, beynəlxalq arenada rast gəlinən dezinformasiyaya qarşı birgə mübarizə aparılması və dünya ictimaiyyətinin düzgün məlumatlandırılması istiqamətində də birgə fəaliyyətin təşkili üçün də yeni imkanlar yaranmaqdadır.

Digər tərəfdən Azərbaycan mediasının da bir sıra özəllikləri vardır ki, Türkiyə tərəfi də bundan faydalana bilər. Məsələn, Azərbaycanın Türk Dövlətləri Təşkilatına (əvvəlki Türk Şurası) üzv dövlətlərin inteqrasiya prosesləri çərçivəsində mühüm potensialı olduğunu demək olar. Belə ki, uzun illər ərzində eyni dövlətin tərkibində yaşamaları və rus dilinin bu coğrafiyada anlaşılınması Azərbaycanın məxsus olduğu rusdilli media resurslarının imkanlarını Türkiyə mediası üçün cəlbədar edər bilər. Bütün bunlar gələcəkdə geniş şəkildə dəyərləndirilə və qarşılıqlı şəkildə faydalanıla bilər.

Sonda qeyd etmək olar ki, Azərbaycan-Türkiyə Media Platformasının yaradılması ortaqların maraqlardan çıxış etməklə vacib strateji addımdır. Platforma çərçivəsində əməkdaşlığın geniş perspektivləri vardır. Bu ikitərəfli əməkdaşlıq həmçinin, Türk Dövlətləri Təşkilatına üzv dövlətlərin media sahəsində gələcək əməkdaşlığı üçün çox gözəl nümunə ola bilər. Milli Televiziya və Radio Şurası müvafiq qurumlar qarşısında 2022-ci ilin ikinci yarısında Bakıda Türk Dövlətləri Təşkilatına üzv dövlətlərin tənzimləyici qurumlarının forumunun keçirilməsi barədə məsələ qaldırmışdır. Forumun gerçəkləşdirilməsi Platformanın getdikcə daha geniş və əhatəli fəaliyyətini müşahidə etməyə imkan verəcəkdir. Milli Televiziya və Radio Şurası olaraq biz də, çox hörmət etdiyimiz cənab Əbubəkr Şahinin rəhbərliyi ilə RTÜK-dən olan həmkarlarımızla həm işgüzar, həm şəxsi münasibətlərin genişləndirilməsi ilə bu ortaqların əməkdaşlığına öz töhfəmizi verəcəyik.

ufuqlar açmaqdadır. Media yapıları arasındakı əlaqələrin dərinləşməsi, ortaq media projeləri icra etmə olasığını da ortaya koymaqdadır. Ötən yandan, Mutabakat Zəpti'ndə də yansıtıldığı kimi uluslararası alanda yanlış bilgiləndirməyə qarşı ortaq mübarizə və dünya toplumunu doğru bir şəkildə bilgiləndirmək amacıyla ortaq fəaliyyətlərin təşkil edilməsi üçün yeni fərsətlər ortaya çıkmaktadır.

Azərbaycan mediasının katkı sağlayabileceği hususlar da var. Örneğin, Türk Devletleri Teşkilatı (eski adıyla Türk Konseyi) üye devletlerinin uyum sürecinde Azerbaycan'ın önemli bir potansiyele sahip olduğu söylenebilir. Böylece uzun yıllar aynı devlette yaşamış olmak ve bu coğrafyada Rus dilinin anlaşılır olması Azerbaycan'ın sahip olduğu Rusça medya kaynaklarının imkânlarını Türk mediası için cazip hâle getirebilir. Bütün bunlar, gelecekte geniş çapta değerlendirilebilir ve karşılıklı yarar sağlayabilir.

Sonuç olarak; Azerbaycan-Türkiye Medya Platformunun kurulması, ortaq çıxarlara dayalı önəmli bir stratejik addımdır. Platforma içində iş birliyi üçün böyük beklentilər içindəyiz. Bu ikili iş birliyi, Türk Devletleri Örgütü'ne üye ölkələr arasında media alanında gelecekteki iş birliyi için de iyi bir örnek olabilir. Ulusal Televizyon ve Radyo Konseyi, 2022'nin ikinci yarısında Bakü'de Türk Devletleri Teşkilatı düzenleyici organları forumu düzenlenmesi konusunu gündeme getirdi. Forumun uygulanması, Platformanın artan etkinliğini gözlemlememizi sağlayacaktır. Ulusal Televizyon ve Radyo Konseyi olarak, Sayın Ebubekir Şahin önderliğinde, RTÜK'teki meslektaşlarımızla hem iş hem de kişisel ilişkilerimizi genişleterek bu ortaklığa katkı sağlayacağız.



**Dr. Ali Taha KOÇ**  
Cumhurbaşkanlığı Dijital Dönüşüm Ofisi Başkanı



TÜRKİYE'NİN

**ULUSAL**

**YAPAY ZEKÂ**

STRATEJİSİ

Anahtar kelimeler: dijital dönüşüm, yapay zekâ, strateji, teknoloji

*Yapay Zekâ (YZ) artık bilim kurgu yazarlarının hayal gücünün bir ürünü olmaktan çıkarak, günlük yaşantımızda yerini almıştır. Teknolojinin geldiği noktaya paralel olarak artan veri miktarıyla, bu veriyi işleyen algoritmaların günlük yaşamımız üzerinde giderek daha belirleyici ve yönlendirici bir hâl aldığı görülmektedir.*





**G**eçmişte veri depolama kapasitesi sınırlı iken, günümüzde farklı konumlarda bulunan verinin analiz edilebilmesiyle bu kısıt ortadan kalkmıştır. Bununla birlikte, geliştirilen algoritmalar ile analiz yöntemlerinin de ilerleme kaydettiği görülmektedir. Tüm bu gelişmeler dikkate alındığında, dönüştürücü bir teknoloji olan YZ alanındaki fırsatların son derece heyecan verici olduğu aşikârdır.

İşletmeler, YZ'yi mevcut çalışmalarına dâhil etmek amacıyla iş süreçlerini güncellemektedirler. Bu hâliyle YZ'nin yeni bir teknolojik kalkınma çağını başlattığı ifade edilmekte ve küresel ekonomik yapı

YZ alanının dijital devlet,  
akıllı şehirler, geniş bant  
altyapısı, ulaşım, imalat  
sanayi, yazılım sektörü,  
eğitim ve istihdam gibi  
birçok alandaki politika ve  
stratejileri de etkileyeceği  
değerlendirilmektedir.



üzerinde İnternet devriminden daha büyük bir etki yaratması beklenmektedir. Ancak toplumsal, ekonomik ve uluslararası düzeyde ciddi dönüşümlere sebep olacak YZ destekli sistemlerin, fırsatların yanı sıra birtakım riskleri de ortaya çıkaracağı değerlendirilmektedir.

Küreselleşmeyi yeni bir noktaya taşıyan ve dijital teknolojilerin arasında ön plana çıkan YZ teknolojileri, küresel değer zincirlerini daha üretken iş süreçleri doğrultusunda yeniden şekillendirmektedir. Bu değer zincirlerinin etkin şekilde işlemlerini sağlayacak olan uluslararası kural ve normların yeni dinamikler doğrultusunda yeniden kurgulanması kaçınılmazdır. Bununla birlikte, hâlen içerisinde bulunduğumuz Pandemi süreci, iklim değişikliği, finans krizleri ve göç hareketleri gibi küresel sorunlar, veriye dayalı çözüm arayışlarını gündeme getirmiştir. Türkiye dâhil olmak üzere birçok ülkenin politika gündeminde yerini alan mahremiyet, dijital platformların vergilendirilmesi, kimlik yönetimi, siber güvenlik ve sınır aşan veri transferleri gibi tartışmalar küresel ekonomide yaşanmakta olan yapısal dönüşümün doğal bir sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tüm bu endişe ve hassasiyetler çerçevesinde Başkanlığımızın kuruluş amaçları dikkate alındığında; Cumhurbaşkanlığı Hükümet Sistemi'nin getirdiği daha çevik bir yönetim anlayışıyla birlikte bilgi toplumu, dijital ekonomi

**UYZS'nin vizyonu; “müreffeh bir Türkiye için çevik ve sürdürülebilir yapay zekâ ekosistemiyle küresel ölçekte değer üretmek” olarak belirlenmiştir.**

ve siber vatan kavramlarına verilen önem ortaya konulmaktadır. Diğer taraftan, YZ alanının dijital devlet, akıllı şehirler, geniş bant altyapısı, ulaşım, imalat sanayi, yazılım sektörü, eğitim ve istihdam gibi birçok alandaki politika ve stratejileri de etkileyeceği değerlendirilmektedir.

Gelinen noktada; dijital dönüşüm çalışmaları sürecinde ülkemizde YZ alanında yeni bir atılım yapma gerekliliği ortaya çıkmış ve bu bakış açısıyla, Türkiye YZ stratejisini yayımlayan ülkeler arasındaki yerini almıştır. Strateji; 2021 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programı'nda yer alan “Tedbir 473.1” gereğince, Başkanlığımız ile Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından hazırlanmıştır. İlgili tüm paydaşların katkılarıyla hazırlanan “Ulusal Yapay Zekâ Stratejisi (UYZS) 2021-2025”e ilişkin Cumhurbaşkanlığı Genelgesi, 20 Ağustos 2021 tarihinde Resmî Gazete'de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir.<sup>1</sup> Ülkemizin bu alandaki ilk ulusal dokümanı olma özelliğine sahip Strateji; belirlenen stratejik öncelikler, amaçlar, tedbirler ve yönetim mekanizması ile zaman içerisinde ülkemiz için

1 Ulusal Yapay Zekâ Stratejisi (2021-2025), T.C. Resmî Gazete, (31574, 20 Ağustos 2021), <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2021/08/20210820-22.pdf>



ortaya çıkabilecek fırsat, risk ve belirsizliklere cevap verebilecek şekilde kurgulanmıştır.

UYZS, On Birinci Kalkınma Planı ile 2021 Yılı Cumhurbaşkanlığı Yıllık Programları doğrultusunda Türkiye'nin önümüzdeki beş yıl içinde bu alanda yürüteceği çalışmalar için ana yol haritasını teşkil edecektir. Strateji, "Dijital Türkiye" vizyonu ve "Millî Teknoloji Hamlesi" doğrultusunda kalkınma hedeflerimize hizmet eden en önemli taşıyıcılardan biridir.

UYZS'nin vizyonu; "müreffeh bir Türkiye için çevik ve sürdürülebilir yapay zekâ ekosistemiyle küresel ölçekte değer üretmek" olarak belirlenmiştir. Strateji; 6 stratejik öncelik, 24 amaç ve 119 tedbir etrafında tasarlanmıştır. Amaçlar; birey, firma ve kamu kurumları özelinde farkındalık sağlama ile başlayan ve deneme, uygulama, yönetme ve nihayetinde yapısal dönüşümü hayata geçirme şeklinde ilerleyen bir olgunlaşma rotasının takip edilmesine imkân verecek tedbirleri tanımlamaktadır. Uygulayıcı kurumlar, bu amaç ve tedbirler doğrultusunda eylemlerini belirleyecekler ve hayata geçireceklerdir. Stratejinin temel özelliklerini şu şekilde belirtebiliriz:

UYZS, hâlihazırda küresel ölçekte yaşanmakta olan ve YZ gibi yeni nesil dijital teknolojilerin beslediği bu dönüşüme, YZ'nin potansiyel fayda ve risklerini gözeterek, ülkemizin insanlık adına katkı

verebilmesini ve bu süreçten mümkün olduğunca faydalanmasını amaçlamaktadır.

Strateji dünya genelinde yaygın olarak kabul gören "güvenilir ve sorumlu YZ" ilkeleri doğrultusunda şekillendirilmiştir. UYZS'nin odağında "beceri", "veri" ve "altyapı" olarak belirlenen üç temel YZ yetkinliği yer almaktadır.

Stratejide yer alan ortak kabuller ve bu kapsamda hazırlanması öngörülen rehberler, yaşayan ve sürekli gelişen bir referans mahiyetindedir. Bu bağlamda, UYZS keşfedici bir nitelik taşımakta olup temelde sosyoekonomik yapıda dönüşümü yönetebilecek çevik ve sürdürülebilir bir ekosistem teşkil etmeyi ve bu ekosistemin işleyişindeki olası verimsizlikleri mümkün olduğunca azaltmayı amaçlamaktadır.

Ulusal Yapay Zekâ Stratejisi ile YZ projelerinin etkin şekilde yürütülmesi, ülkemizin YZ ekosisteminin olgunluk seviyesinin yükseltilmesi ve küresel ölçekte değer üretilmesi sağlanacaktır. Tüm bu gelişmeler sağlanırken YZ sistemlerinin, ortak değerlerimize uygun olarak geliştirilmesi ve hayata geçirilmesi önemlidir. Teknolojik altyapısında, veri kaynaklarında, beşerî sermayesinde ve iş süreçlerinde YZ'nin gerektirdiği iyileştirmeleri yapabilen ülkeler önümüzdeki dönemin kazananları olacaktır.



**Orhan KARADAŞ**  
Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkan Vekili

ULUSLARARASI  
ALANDA

**TERÖR VE**

**MEDYA**

İLİŞKİLERİ

*Anahtar kelimeler: milli güvenlik, terörle mücadele, terör yayınlarıyla mücadele, Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi*

*Terör bir insanlık suçudur ve demokrasilerin önündeki en büyük engellerden birisidir. Terörizm, günümüzde küresel bir güvenlik sorunu oluşturmaktadır. Terör örgütleri asimetrik ve hibrit savaş biçimlerinin vazgeçilmez unsurları olarak hem maliyet düşürücü hem sorumluluktan kurtarıcı özellikleriyle son derece kullanışlı hâle gelmişlerdir.*



**T**erörün küresel sistemde yapısal değişime yol açan kriz dönemlerinde güçlendiği, terör örgütlerinin daha fazla zemin buldukları ve yayıldıkları kabul edilen bir gerçektir.

Terör yalnızca belirli siyasi amaçlara ulaşmaya çalışan devlet dışı aktörlerin kullandığı bir araç olmaktan çıkmış, millî devletlerin bizzat başvurdukları bir aparata dönüşmüştür. Terör, farklı biçimleri, yöntemleri ve uluslararası aktörlerden aldığı desteklerle ülkemizin en önemli millî güvenlik sorununu oluşturmaktadır. Terörizm bir taraftan Türkiye Cumhuriyeti'nin bekasını ve Türk milletinin birliğini tehdit ederken, diğer taraftan da Türkiye'ye yönelik düşmanlığın en etkili aracı olarak kullanılmaktadır.

Türkiye, Birleşmiş Milletler'in ilgili tüm terörle mücadele metinlerine taraftır. 2006 yılında kabul edilen Birleşmiş Milletler Terörle Mücadele Stratejisi'ni güçlü bir şekilde desteklemektedir ve Konsey kararlarını ciddiyetle uygulamaktadır. Türkiye Cumhuriyeti'nde terörizmin tanımlanmasında ana referans noktası, 12/04/1991 tarih ve 3713 sayılı Türkiye Cumhuriyeti Terörle Mücadele Kanunudur.

İfade özgürlüğü ve haber alma hakkı gibi genel ve vazgeçilmez ilkeler, duruma ve şartlara göre anlam kazanmaktadır. Sektördeki kişi ya da kurumlar rekabette öne geçebilmek için terör eylemlerine dair çarpıcı görsel ve işitsel yollara başvurabilmektedir. Bu durum, terör örgütlerine günümüzün en etkili araçlarından olan yazılı, işitsel ve görsel medyanın tamamını propaganda sürecinde kitlelere ulaşmak amacıyla kullanma imkânı sağlamaktadır.



Terörün yayılmasında, etki alanını genişletmesinde ve meşrulaştırılmasında kullanılan en önemli unsurlardan birisi de medyadır. Medya, kullanım amacı doğrultusunda kimi zaman kişilerin hayatında önemli kolaylıkları beraberinde getirirken, kimi zaman ise güçlenen bir tehdit unsuru olarak bireylerin, milletlerin ve devletlerin karşısına çıkabilmektedir. İfade özgürlüğü ve haber alma hakkı gibi genel ve vazgeçilmez ilkeler, duruma ve şartlara göre anlam kazanmaktadır. Sektördeki kişi ya da kurumlar rekabette öne geçebilmek için terör eylemlerine dair çarpıcı görsel ve işitsel yollara başvurabilmektedir. Bu durum, terör örgütlerine günümüzün en etkili araçlarından olan yazılı, işitsel ve görsel medyanın tamamını propaganda sürecinde kitlelere ulaşmak amacıyla kullanma imkânı sağlamaktadır. Medya organları ile terörist gruplar aynı fikirleri paylaşmasalar da, manipülasyona açık bir durum söz konusudur.

Bireylerin ifade ve haber alma özgürlükleri ülkemizin de taraf olduğu BM İnsan Hakları

Evrensel Bildirisi'nin 19. maddesi ve Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi'nin 10. Maddesi ile teminat altına alınmıştır. AİHS'nin 10. maddenin ilk paragrafı hakkın kullanımını düzenlerken, ikinci paragrafta hak sahiplerinin haklarının sınırsız olmadığını bildirmekte, aynı zamanda da bu hakkın sınırlandırılmasına devletlerin keyfi uygulamalarını engellemek amacıyla belirli şartlar getirmektedir. Avrupa Parlamentosu, medya ve yeni iletişim hizmetleri ile ilgili olarak üye devletlere; sebepleri ile birlikte terörle mücadeleyle karşı yürütülen eylemler ve devletin stratejileri hakkında kamuoyunun ve medyanın düzenli olarak bilgilendirilmesini, teröristlerin internet üzerinden illegal mesaj ve görüntüleri yayınlamalarını önlemek amacıyla yasa uygulayıcı otoriteler ve polisle iş birliği yapılmasını, bilgisayar sistemleri aracılığıyla işlenen ırkçı ve yabancı düşmanlığı unsurları içeren eylemlerinin cezalandırılmasına ilişkin "*Siber Suç Sözleşmesinin Ek Protokolü*"nün, etnik orijin, millet, soy, ırk, renk veya bu faktörlere bir mazeret olarak kullanılan din temelinde herhangi bir kişiye veya gruba

ABD ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere dünyanın her yerinde medya kuruluşları, kendi devletlerinin etki alanlarını genişletmek, menfaat ve siyasi hesaplarını öne çıkarmak için terörü bir aparat olarak kullanmakta, medya ilkelerini ve uluslararası kural ve teamülleri yok sayabilmektedirler.



karşı nefret duygularını ve şiddeti savunan, teşvik eden veya kışkırtan terörist içeriğe uygulanmasını talep etmektedir. Türkiye’de 1982 Anayasasının “Düşünceyi Açıklama ve Yayma Özgürlüğü”nü esas alan 26. maddesinde de bu hükümlere uygun bir düzenleme yapılmıştır.

Batılı ülkeler kendi içerisindeki halkların kendi kendini yönetmesine sıcak yaklaşmazken, diğer ülkelerdeki oluşumlara destek olmaktan çekinmemiştir. Haber alma hakkı, ifade özgürlüğü gibi kavramlar duruma göre ya öne çıkarılmakta ya da görmezden gelinmektedir. Avrupa’da en küçük bir terör olayında ortalık ayağa kalkıyor. Sanki dünyanın sonu gelmiş gibi, kınamalar, lanetlemeler, toplantılar yapılıyor. Anında bir araya geliyor, ortak kararlara imza atıyorlar. Bu da yetmiyor, hiç vakit kaybetmeden kanunlarını, kararlarını, tavırlarını değiştiriyor, en sert tedbirleri alıyor ve uygulamaya koyuyorlar. Bunları yaparken, ne demokrasi akıllarına geliyor ne de insan haklarını hatırlıyorlar. Fransa’da, İngiltere’de DEAS terörü

karşısında polise sorgusuz sualsiz silah kullanma yetkisi verdiler. Londra’da İngiliz polisi, Ortadoğu ülkesi vatandaşı olabileceği şüphesi ile Brezilyalı 27 yaşındaki elektrik teknisyeni Menezes’i metro çıkışında başından vurarak öldürdü. Ertesi gün yapılan açıklamada, benzer durumda aynı şeyin olmayacağını garanti edemeyeceklerini söylediler. İspanya’daki Katalanların bağımsızlık istekleri Fransız Katalonyası da düşünülerek her türlü tedbir alınarak bastırılmış, ancak Türkiye’deki Kürtçü ayrılıkçılar “halkların kendi kendini yönetmesi” gerekçesiyle desteklenmiştir. Aynı tutarsızlık, 1974 yılından beri ayrı ve çatışmasız yaşayan Türk ve Rum halklarının Kıbrıs’ta iki devletli bir yapı kurması için geçerli olmamaktadır.

ABD ve Avrupa ülkeleri başta olmak üzere dünyanın her yerinde medya kuruluşları, kendi devletlerinin etki alanlarını genişletmek, menfaat ve siyasi hesaplarını öne çıkarmak için terörü bir aparat olarak kullanmakta, medya ilkelerini ve uluslararası kural ve teamülleri yok sayabilmektedirler. Ön yargılı,

İletişim teknolojileri var oldukça bu sorun var olacaktır. Kriz zamanlarında ifade özgürlüğü, haber alma hakkı, insan onuru ve kişilik hakları, özel hayatın gizliliğine saygı duyulması, kamu yararı, ulusal çıkar, demokrasinin vazgeçilmezleri gibi konularda sınırlar bulanıklaşmakta; ahlaki, etik, mesleki karar ve ikilemlerde yol gösterici ilkelere ihtiyaç artmaktadır.

asılsız ve düzmece yayınlara yönelebildikleri gibi, terör örgütlerini masum ve makul gösteren haber, yorum ve görseller de paylaşılabilmektedir. Haber alma hakkı, ifade özgürlüğü gibi kavramlar sadece kendi çıkarları söz konusu olduğunda önem ve anlam kazanmakta, tam bir çifte standart uygulanmaktadır. Başka ülkelerin bölünmez bütünlüğünü tehdit eden yayınlar dahi ifade hürriyeti kapsamında değerlendirilirken sıra kendilerine gelince bu değerler tamamen yok sayılmakta ve en küçük bir müsamaha gösterilmemektedir.

İletişim teknolojileri var oldukça bu sorun var olacaktır. Kriz zamanlarında ifade özgürlüğü, haber alma hakkı, insan onuru ve kişilik hakları, özel hayatın gizliliğine saygı duyulması, kamu yararı, ulusal çıkar, demokrasinin vazgeçilmezleri gibi konularda sınırlar bulanıklaşmakta; ahlaki, etik, mesleki karar ve ikilemlerde yol gösterici ilkelere ihtiyaç artmaktadır. Bu durum, meslek örgütleri ve yayın kuruluşlarının bir araya gelerek, medya çalışanları için ilke ve tavsiye kararı alınması gereğini ortaya çıkarmış, devletler de düzenleyici ve denetleyici kurumlar oluşturmuşlardır. Türkiye’de 6112 sayılı Kanun, Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna yayın hizmetleri alanında ifade ve haber alma özgürlüğünün, düşünce çeşitliliğinin, rekabet ortamının ve çoğulculuğun güvence altına alınması, yoğunlaşmanın önlenmesi ve kamu menfaatinin korunması amacıyla gerekli tedbirleri alma görevi vermiştir. Üst Kurul, Kanun’un 34’üncü

maddesinde öngörülen düzenleme ve denetleme görev ve sorumluluklarının bilincinde olarak hareket etmekte, yine ilgili Kanun’un 8, 9 ve 10’uncu maddeleri uyarınca medya hizmet sağlayıcıların yayın ilke standartlarına uymalarını takip etmektedir. Terör, nefret ve ırkçılık söylemi içeren yayınlar ile çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimine zarar veren ve genel kamu sağlığını olumsuz etkileyen ticari iletişim yayınlarına ilişkin denetim faaliyetlerini yürütmektedir. Türkiye Cumhuriyeti’ne yönelik gerek yurt içinde gerek yurt dışında yayın hizmeti gerçekleştiren medya hizmet sağlayıcıların söz konusu yayınları, terörle iltisaklı olma, mevzuat ve yayın ilkelerine uygunluk yönünden denetlenmektedir. Üst Kurul, Türkiye’nin millî ve manevî bütünlüğüne yönelik ayrıştıracı, bölücü, nefret içerikli ve ırkçı söylem içeren yayınlar gerçekleştiren çeşitli kuruluşlara ilişkin çalışmalarını söz konusu yayının gerçekleştirildiği ülkelerdeki paydaşlarıyla iş birliği içinde yerine getirmektedir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu terör, nefret söylemi vb. ifade ve faaliyetlerin sunulduğu uluslararası yayın hizmet içeriklerine ilişkin denetimlerde, Avrupa Konseyine üye devletler arasında imzalanan Avrupa Sınırötesi Televizyon Sözleşmesi’ni dikkate almaktadır. Bu çerçevede, medya hizmet sağlayıcılarının yayın ilke standartlarına uymalarını teminen özellikle terör, nefret ve ırkçılık söylemi içeren yayınlar ile çocuk ve gençlerin fiziksel, zihinsel ve ahlaki gelişimine zarar veren ve genel kamu sağlığını olumsuz etkileyen ticari iletişim yayınları titizlikle incelenmektedir. Başka bir ülkenin yargı yetkisinin altında olduğu iddia edilerek Türkiye’ye yönelik lisanslı veya lisanssız olarak hukuka aykırı şekilde yayın yapan medya hizmet sağlayıcılara yönelik girişimler ulusal ve uluslararası mevzuatlar dikkate alınarak eşgüdüm içerisinde gerçekleştirilmektedir. Bu itibarla; PKK terör örgütünün bölücü yayınları dışında FETÖ terör örgütü ile iltisaklı olduğu tespit edilen yayınlar da Üst Kurulumuzun hukuki ve diplomatik çalışmaları neticesinde sonlandırılmıştır. Ayrıca çeşitli kuruluşların bu kapsamda değerlendirilen bu yöndeki yayınları hakkında Üst Kurulumuzca girişimlerde bulunulmuş olup ilgili süreçler kararlılıkla takip edilmektedir.





Doç. Dr. Hüseyin AYDIN  
Avukat



KARŞILAŞTIRMALI  
HUKUKTA

**YALAN HABER VE**

**DEZENFORMASYON**

DÜZENLEMELERİ

*Anahtar kelimeler: dezenformasyon, yalan haber, kütle iletişim, post-truth*

*“Yalan haber” kavramı genellikle yanlış ve yanıltma amacı güden haberlerin medyada ve çevrim içi platformlarda yayılması olarak tanımlanmaktadır. Bu noktada, dezenformasyon ile mizenformasyon kavramlarını ayırt etmek büyük önem taşımaktadır.*

## Giriş

Kitle iletiflim araçlarının ve özellikle internetin günlük hayatta yaygınlaşması ile bireylerin habere ulaşma hızı tüm dünyada öngörülemez bir Şekilde artmıştır. Kişilerin haberdar olma isteği<sup>1</sup> geçmişte olmadığı kadar yoğunlaşmış, bununla birlikte gerçek ile kurmaca haberler arasındaki farkın birey tarafından süzgeçten geçirilerek değerlendirmeye alınması zorlaşmıştır.

Türkiye'deki durum ise genel durumdan farksız gözükmektedir. Türkiye'de geleneksel haberlere güven %46, sosyal medya haberlerine güven ise %40 seviyelerinde seyretmekte olup Edelman Güven leği araştırması ise katılımcıların %73'ünün haberlerdeki yanlış bilgilerden ve bu haberlerin manipülasyon amacı ile kullanılmasından endişe duyduklarını ortaya koymaktadır<sup>2</sup>.

## Yalan Haber ve Dezenformasyon Kavramı

“Yalan haber” kavramı genellikle yanlış ve yanıltma amacı güden haberlerin medyada ve çevrim içi platformlarda yayılması olarak tanımlanmaktadır<sup>3</sup>. Bu noktada, dezenformasyon ile mizenformasyon kavramlarını ayırt etmek byk önem taşımaktadır. Avrupa Konseyi'nin 27 Eylül 2017 tarihinde yayınladığı “Bilgi Bozukluğu: Araştırma ve Politika Oluşturma için Disiplinlerarası Bir ereveye Doğru” (Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making) makalesine göre mizenformasyon, yanlış bilgi ile hatayı birleştirir ancak kasten zarar verme amacı gtmez<sup>4</sup>. Bununla birlikte dezenformasyon, kasıtlı olarak zarar verme amacı güder ve doğal olarak kamusal bir tehlike arz eder. Bu kavram; Avrupa Konseyi'nin bahsi geçen makalesinde “bir kişiye, sosyal gruba, kuruluşa veya ülkeye zarar vermek için kasıtlı olarak oluşturulmuş yanlış bilgiler” Şeklinde tanımlanmaktadır.

“Post-truth (hakikat ötesi)” kelimesi, “İnsanların gerçeklere dayalı bir argümandan ziyade duygularına ve inançlarına dayalı bir argümanı kabul etme olasılıklarının daha yüksek olduğu bir durumla ilgili olan” Şeklinde tanımlanmaktadır.



- 1 ınar, ., Mutlu, E. (2018). “niversite ğrencilerinde Sosyal Ortamlarda Gelişmeleri Kaçırma Korkusunun Yordayıcıları”, Current Addiction Research, 2(2): s.51.
- 2 mleki, M. (2019). “Sosyal Medyada Dezenformasyon Ve Haber Doğrulama Platformlarının Pratikleri”, Gümüşhane Üniversitesi İletiflim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-GİFDER), Cilt: 7, Uluslararası Türk Dünyası Basın Sempozyumu zel Sayısı, s. 1552.
- 3 Allcott, H., Gentzkow, M. (2017). “Social media and fake news in the 2016 election”, Journal of Economic Perspectives, 31(2): s.212.
- 4 Council of Europe report DGI(2017)09, <https://rm.coe.int/information-disorder-toward-an-interdisciplinary-framework-for-research/168076277c> (s.e.t.:03.12.2021).



Ralp Keyes'in "Hakikat Sonrası Çağ" adlı kitabıyla ilk defa literatürde yer edinen ve Oxford Sözlüğünün 2016'da "yılın kelimesi" olarak seçtiği "post-truth (hakikat ötesi)" kelimesi<sup>5</sup>, "İnsanların gerçeklere dayalı bir argümandan ziyade duygularına ve inançlarına dayalı bir argümanı kabul etme olasılıklarının daha yüksek olduğu bir durumla ilgili olan" şeklinde tanımlanmaktadır<sup>6</sup>. Dezenformasyonun bu derece hızlı yayıldığı çağımız post-truth dönemi olarak adlandırılmaktadır. Bu kapsamda, kasıtlı olarak toplumu yanıltma saiki güden yanlış ve güvenilir olmayan bilgiler post-truth çağın en önemli sorunu olarak kabul edilmektedir<sup>7</sup>.

Bu önemli sorunun çözümü noktasında özellikle dezenformasyona ilişkin hukuki düzenlemeler dünya genelinde tartışılmakta, düşünce ve ifade özgürlüğü ile diğer özgürlükler arasında adil bir denge kurulmaya çalışılmaktadır. Öyle ki; Avusturalya, Bahreyn, Bangladeş, Belçika, Brezilya, Kanada, Çin, Demokratik Kongo Cumhuriyeti, Danimarka, Mısır, Fransa, İsrail, Meksika, Hollanda, Suudi Arabistan, Singapur, Güney Kore, Türkiye gibi pek çok ülke dezenformasyona karşı çeşitli aksiyonlar almaktadırlar<sup>8</sup>.

## Karşılaştırmalı Hukukta Yalan Haber ve Dezenformasyona İlişkin Hukuki Düzenlemelerden Örnekler

Fransa yalan haber ve dezenformasyon hususunda en fazla önlem alan Batılı devletlerden biridir. 2017 Cumhurbaşkanlığı seçimleri esnasında Emmanuel Macron'un, bir dizi yalan haber ile karşı karşıya kalması nedeniyle yanlış ve yanıltıcı bilgilerin yarattığı sorunlara ilişkin farkındalık artmıştır<sup>9</sup>.

Yalan haberlerin kasten yayıldığı mecralara karşı demokrasiyi daha iyi korumayı amaçlayan, bilgi manipülasyonlarını engellemeye çalışan Fransız yasası, 20 Kasım 2018'de yürürlüğe girmiştir<sup>10</sup>. Kanununun 27'nci maddesi, kötü niyetle yapılan ve kamu düzenini zedeleyebilecek veya zayıflatabilecek yanlış haber veya uydurma haberlerin, tahrif edilmiş veya haksız yere başkalarına atfedilmiş yazıların her ne şekilde olursa olsun yayınlanması, dağıtılması veya çoğaltılmasını yasaklamış, ayrıca ordunun moraline veya ulusal savaş çabalarına zarar verebilecek yanlış bilgilerin kötü niyetle iletilmesi de cezalandırmıştır<sup>11</sup>. Bu düzenlemelere

5 Kavaklı, N. (2019). "Yalan haberle mücadele ve internet teyit/doğrulama platformları", Erciyes İletişim Dergisi, 6(1): s.665.

6 <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/post-truth> (s.e.t.:03.12.2021).

7 Frangonikolopoulos, C. and Poulakidakos, S. (2018). "Regimes of Truth in the Communication and Reporting of the European Union Post-Truth, Post-Propaganda or Just Propaganda?", Journal of Media Critiques [JMC], 3 (12): s.59-61.

8 <https://www.poynter.org/ifcn/anti-misinformation-actions/> (s.e.t.:03.12.2021).

9 <https://www.zeit.de/politik/2017-02/fake-news-emanuel-macron-russia-history> (s.e.t.:03.12.2021).

10 <https://www.theguardian.com/world/2018/jan/03/emmanuel-macron-ban-fake-news-french-president> (s.e.t.:03.12.2021).

11 <https://www.gouvernement.fr/en/against-information-manipulation>(s.e.t.:03.12.2021).

11 Smith, R. (2019). "Fake news, French Law and democratic legitimacy: lessons for the United Kingdom?", Journal of Media Law, 11(1): s.55.

göre; seçimlere üç ay kala bir bilgi manipülasyonu söz konusu olduğunda görevli hâkimler, 48 saat içinde haberin içeriğine göre bilginin yanlış olup olmadığına karar verecek, orantılı ve gerekli tedbirlerin alınmasını sağlayacaklardır<sup>12</sup>.

Rusya için 1900'lerden beri gündemde olan dezenformasyon ve yalan habere karşı mücadele, Rus Milletvekili Pavel Krasheninnikov' un deyişi ile "web tabanlı sözde teröristlere karşı koruma sağlama" amacı ile<sup>13</sup> 2019 yılındaki yasa değişikliğiyle güncel gelişmelere uyarlanmıştır. Yeni hükümler "*Güvenilmez olduğu bilinen, doğru bilgi görünümünde gizlenen ve vatandaşların veya mülkün yaşamına ve/veya sağlığına zarar verme riski, kamu düzenini ve/veya kamu güvenliğini kültürel olarak bozma riski oluşturan veya kritik, ulaşım veya sosyal altyapıların, kredi kuruluşlarının veya elektrik üretimi, endüstriyel veya iletişim tesislerinin işleyişini engelleme veya durdurma riski bulunan*" haberler hususunda düzenleme getirmiştir.

Yeni düzenlemeye göre sahte haber yayınlamanın yaptırımları değişiklik göstermekte, yayılan bilgilerin ulaşım veya iletişim gibi kritik altyapıların işleyişini etkilemesi durumunda bireyler, yetkililer ve işletmeler sırasıyla 300.000, 600.000 veya 1 milyon ruble para cezasına çarptırılabilir. Bu para cezaları miktar olarak Rusya Kabahatler Kanunu'nda yer alan en ağır yaptırımlar olarak görünmektedir. Bu yaptırımlara ek olarak, resmî medya kuruluşu, kayıtlı olan çevrim içi medya kuruluşlarını haberler engellenmeden önce bilgilendirecek ve kendilerine bunları kaldırma uyarısı yapacak diğer web sitelerindeki benzer yayınlar ise savcının emriyle engellenebilecektir<sup>14</sup>.

Dezenformasyonu doğrudan düzenleyen ülkelerden biri olan Singapur'da, yalan haberlere ilişkin elektronik iletişimini önlemek, iletişimin desteklenmesini ve etkilerini ortadan kaldırmak ve bu tür iletişim ve bilgi manipülasyonu için çevrim içi hesapların kullanılmasına karşı önlem alınmasını sağlamak amacıyla 3 Haziran 2019

tarhinde Çevrim İçi Yanlışlık ve Manipülasyon Koruma Kanunu yürürlüğe girmiştir<sup>15</sup>. Bu Kanun kapsamında, bir ifade tamamen veya kısmen, kendi başına veya görüldüğü bağlamda yanlış veya yanıltıcı ise yanlış bilgi / haber olarak tanımlanmaktadır.

Bu Kanuna göre; bir kişi, Singapur'da bilerek veya yalan olduğuna inanarak yanlış bir beyanı iletmek için Singapur içinde veya dışında herhangi bir eylemde bulunamaz. Singapur aynı zamanda sosyal medyada sıklıkla kullanılan "bot"<sup>16</sup> hesaplara ilişkin de düzenleme getirmiştir. Kanuna göre kişiler, Singapur içinde veya dışında, bot aracılığıyla Singapur'da yanlış veya gerçek dışı beyanı iletmek veya başka herhangi bir kişinin bot aracılığıyla Singapur'da yanlış veya gerçek dışı beyanını iletmesini sağlamak amaçlarıyla bir bot yapamaz ve değiştiremez. Aksi takdirde gerçek kişiler 30.000 ABD Dolarına kadar para cezasına veya 3 yıla kadar hapis cezasına veya her ikisine; diğer kişiler ise 500.000 ABD Dolarına kadar para cezasına çarptırılabilir.

## Sonuç

İçinde bulunduğumuz post-truth çağında Kovid-19 Pandemisi ile birlikte gerek dezenformasyon gerek mizenformasyon niteliğinde pek çok yalan, yanlış ve yanıltıcı bilgi, yazılı, görsel ve sosyal medyada sıklıkla yer bulabilmektedir. Bu sorunun; medya mecralarının kendi iç dinamikleriyle ve oto denetim mekanizmalarıyla çözülmesi ilk akla gelen seçenek olsa da özellikle sistematik ve örgütlü eylemler ve bu eylemlerin bireylere ve topluma verdiği zararlar dikkate alındığında caydırıcı yasal düzenlemelere ihtiyaç olduğu izahtan varestedir. Bu sorunun geleneksel ve var olan hukuki metinlerle çözülmesi de mümkün gözükmemektedir. Dolayısıyla mevcut riskleri dikkate alan, çözüm üretme yeteneği olan, düşünce ve ifade özgürlüğünü de ihlal etmeyen hukuksal araçları barındıran yasal düzenlemelere ihtiyaç bulunmaktadır.

12 Gedikli, A. T. (2020). "Karşılaştırmalı Hukukta İnternet Ortamındaki Asılsız Bilgi Paylaşımının Önlenmesi". Bilişim Hukuku Dergisi, 2(2): s.245.

13 <https://www.bbc.com/news/world-europe-47488267> (s.e.t.:03.12.2021).

14 <https://wilmap.stanford.edu/entries/federal-law-no-31-fz-amending-article-153-federal-law-information-information-technologies> (s.e.t.:03.12.2021).

15 <https://sso.agc.gov.sg/Acts-Supp/18-2019/18-2019/Published/20190625?DocDate=20190625#pr62-> (s.e.t.:03.12.2021).

16 Bot, insana benzer fakat otomatik bir şekilde zararlı olabilecek aktivitelerde bulunması için tasarlanmış bilgisayar programlarına verilen genel bir addir. "*(Sosyal) botlar değişik şekillerde mesajlar paylaşarak (Twitter için hashtag, link ve multimedya içeren paylaşımlar gibi) ve platformlara özgü etkileşimlerde bulunarak (Twitter için diğer kullanıcıların takip edilmesi, tweetlerinin retweet edilmesi veya beğenilmesi gibi) varolan zararlı içerik paylaşımı problemini farklı bir boyuta getirmektedirler.*" Torusdağ, M. B. (2020). Makine öğrenmesi tabanlı twitter sosyal bot tespit sistemlerinin performanslarının değerlendirilmesi (Master's thesis, TOBB ETÜ Fen Bilimleri Enstitüsü).



**Rıdvan DURAN**  
Basın İlan Kurumu Genel Müdürü

DİJİTALLEŞEN  
DÜNYADA

# YAZILI BASININ GELECEĞİ



**Anahtar kelimeler:** Basın İlan Kurumu, basının dijital dönüşümü, çevrim içi habercilik, dijital reklam, okur davranışları

*Günümüzde internet teknolojisinin hayatımıza girmesi ve yaygınlaşmasıyla değişim o denli hızlı yaşanmakta ki bütün sektörler gibi yaşam pratiklerimiz de bu durumdan nasibini almıştır. Bireyler artık kâğıt kullanılarak yapılan işlerini, kâğıda ellerini dokundurmadan yapabilmektedir.*



**G**ençlerin kalem kullanma yeteneklerinde, klavye kullanma kabiliyetlerine göre gerileme yaşandığı gözlemlenmektedir. Haber içeriğini tüketme ve bu içerikle etkileşime geçme tarzı ve mecrası, kişilerin okuma şekilleri bu teknolojik değişimlerden fazlaca etkilenmektedir.

Bilişim teknolojilerinin ucuzlaması, elde edilebilirliğinin kolaylaşması, geniş bant ve hücrel veri erişiminin artması ile birlikte cep telefonları, dizüstü bilgisayarlar ve diğer taşınabilir cihazlar okuyucuların içeriklere ulaşabilmesi için yer ve zaman mefhumunu ortadan kaldırırken muazzam derecede seçeneği tüketicisine sunmaktadır. Bireylerin yeni medyada geçirdikleri süre bu bağlamda artış göstermiş, içeriğe olan talepleri de multimedya olarak nitelendirdiğimiz çoklu formattaki içeriklere doğru evrilmiştir.

2000'li yıllardan sonra klasik medya araçları popülerliğini yitirmeye başlamış, geleneksel medya oyuncuları mevcudiyetini sürdürürebilmek için bireylerin değişen taleplerine göre yeni stratejik hamleler yapmak zorunda kalmıştır. Fakat

**Basın sektöründeki aktörler; düşen tirajlar, yazılı basının azalan reklam gelirleri, multimedya ağırlıklı dijital içeriğe yönelen talep, pazara giren ve geçmişte var olmayan yeni rakipler, alışılmadık ticari modeller ve değişen rekabet koşulları karşısında kurumlarını geleceğe taşıyacak yeni yönelimler içerisine girmişlerdir.**

dijital dönüşüm o denli hızlı gerçekleşmekte ki medya daha dijitalleşme sürecini tam anlamıyla tamamlayamadan Z kuşağının internetten sıkılmaya başladığı mevzu bazı platformlarda tartışma konusu yapılmıştır.



Basın İlan Kurumu, yazılı basın, bugün dahi en büyük gelir kalemini oluşturan resmî ilanların dağıtımında adaletsiz davranıldığı gerekçesiyle, hükûmet ile gazeteleri karşı karşıya getiren uygulamalara son vermesi amacıyla kurulmuştur.

Türkiye İstatistik Kurumunun (TÜİK, 2021) Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması sonucu elde edilen değerlere bakıldığında, Türkiye’de hanelerin %92’sinin evden internete erişim imkânına sahip olduğu görülmektedir. Hanelerin %61,9’unun sabit geniş bant bağlantı ile %88,5 ise mobil geniş bant bağlantı ile internet ortamına ulaşmaktadır. 16-74 yaş grubundaki bireylerde internet kullanım oranı 2021 yılı itibariyle %82,6 olarak açıklanmıştır. Bu oranlara bakıldığında günümüzde haberciliğin dijital mecralara taşınması, gazete kâğıdının ulaşamayacağı kadar geniş bir kitleye ücretsiz erişim imkânını, basın işletmelerinin önüne serecektir.

Tüm bu istatistikleri göz önünde bulunduran basın sektöründeki aktörler; düşen tirajlar, yazılı basının azalan reklam gelirleri, multimedya ağırlıklı dijital içeriğe yönelen talep, pazara giren ve geçmişte var olmayan yeni rakipler, alışılmadık ticari modeller ve değişen rekabet koşulları karşısında kurumlarını geleceğe taşıyacak yeni yönelimler içerisine girmişlerdir. Bu değişim çabası dâhilinde dijital dağıtım kanallarına adapte olmak isteyen basın işletmelerinin, yazılı mecra tecrübe ettiği iş yapış şekillerini, işletmelerinin organizasyon yapılarını ve hatta kurumlarında istihdam ettikleri kişilerin yetkinliklerini dahi değiştirmek durumunda kalmıştır.

Yazılı basın sektörünün bu dönüşüm serüveninde en büyük avantajı, kurulduğu 1961 yılından itibaren basının en büyük destekçisi olan Basın İlan Kurumu olarak görülmektedir. 195 sayılı Kanun ile kurulan

ve kamu tüzel kişiliğini haiz bir idare olan Kurum, yazılı basının, bugün dahi en büyük gelir kalemini oluşturan resmî ilanların dağıtımında adaletsiz davranıldığı gerekçesiyle, hükûmet ile gazeteleri karşı karşıya getiren uygulamalara son vermesi amacıyla kurulmuştur. Bugün de fikir ve içerik farkı gözetmeksizin aracılık hizmetini ülke sathında sürdürmektedir (BİK, 2021).

Temelleri ve çerçevesi 1961 yılında belirlenen bir idarenin milenyum çağının şartlarına adaptasyonu, mevzuatının güncellenmesi gibi durumları söz konusu hâle getirmiştir. Bu dairede yapılan mevzuat düzenlemeleri ile internet üzerinden yayın yapan gazetelere ek gösterge verilmesi uygulaması hayata geçirilmiş ve gazetelerin çevrim içi habercilik faaliyetleri desteklenirken bir teşvik unsurunun oluşturulması sağlanmıştır.

Diğer yandan bu durum sayesinde Basın Ahlak Esasları kapsamında şikâyete bağ ya da re’sen incelemeler neticesinde, ihlâlin sabit olduğu hâllerde gazetelere aldıkları resmî ilan tutarı üzerinden müeyyide uygulayarak evrensel etik ve hukuk kuralları çerçevesinde kişi, kurum ve kuruluşların mağduriyetini giderirken, hakkında suçlamalarda bulunulan gazete ve gazetecilerinin haklıklarını ortaya koyabilmelerine fırsat sunan Basın İlan Kurumu ek gösterge alan gazetelerin internet haber sitelerini de Basın Ahlak Esasları kapsamına dâhil ederek henüz yasal bir düzenlemeye tâbi tutulmayan çevrim içi yayıncılık konusunda da önemli bir rol üstlenmiştir (Bkz. Basın Ahlak Esasları). Bu durum özellikle özgürlükler ya da konu çeşitliliği açısından



Resmî ilanların tarihsel gelişim incelendiğinde kamu yönetimi faaliyetleri hakkında kamuoyunun bilgilendirilmesi ve kararların bilgiye dayalı alınmasına yardımcı olması prensibi ile yayınlandığı görülmektedir.

fırsatlar sunmasının yanında bilgi kirliliğine yol açan internet mecrasında haberciliğin meslek itibarının korunmaya çalışılması bakımından önem arz eden bir uygulamadır.

Her işletme gibi basın işletmeleri içerisinde de kâr elde edebilenleri büyütebilir, yaşamını sürdürebilir ve topluma hizmet ederek dördüncü güç olma rolünü sürdürebilir. Bu sürdürülebilirliğin sağlanması için gazete işletmelerinin, özellikle yerel basının en büyük finansman desteğini resmî ilan ve reklam bedelleri oluşturmaktadır.

Resmî ilanların tarihsel gelişimi incelendiğinde kamu yönetimi faaliyetleri hakkında kamuoyunun bilgilendirilmesi ve kararların bilgiye dayalı alınmasına yardımcı olması prensibi ile yayınlandığı görülmektedir. İlanların geniş kitlelerle haberleşmek ve hedeflenen kitleye bilginin iletilmesi amacıyla hazırlandığı düşünüldüğünde bu uygulama için dönemin en uygun mecrası gazete ve dergiler olarak belirlenmiştir. Günümüzdeki teknolojik gelişmeler karşısında resmî ilanların yayın mecrası

için farklı platformların dillendirildiği, kanun koyucu tarafından da farklı uygulamalara yönelik adımların atıldığı gözlenmektedir.

Gazete işletmelerinin finans kaynaklarının son dönemlerine bakıldığında, resmî ilan ve reklam bedelleri 2020 yılında %2,6 azalarak 454 milyon 729 bin 980 TL'ye düşmüştür (TÜİK, 2021). Yine basın işletmeleri için önemli bir gelir kalemi olan reklam yatırımları ise 2021 yılı ilk itibarıyla 15 milyar TL olarak açıklanmış ve bu tutarın sadece %2,7'si yazılı basın sektöründe değerlendirilmiştir. Bu gelişmelere karşın dijital mecraların reklam pastasından aldığı kaynak ise sürekli artan grafiği ile son verilere göre %65,6'ya ulaşmıştır (Reklamcılar Derneği, 2021).

Gazetelerin analog yayıncılık maliyetleri ile dijital yayıncılık maliyetlerindeki değişimin belirli kategorilerde ele alındığı aşağıdaki tabloda da dijital yayıncılığın sağladığı maliyet avantajı ön plana çıkmaktadır.

Analog ve Dijital Yayıncılıkta Oluşan Maliyetlerin Karşılaştırması

Maliyet Başlıkları	Analog Yayıncılık	Dijital Yayıncılık	Değişim
Baskı	Kâğıt, Mürekkep, Basın vb. maliyetler Makine yatırımı, Bakım Maliyetleri	-	↓
Personel	Emek yoğun ve yüksek istihdam ihtiyacı	Teknolojiyi kullanan çekirdek personel, düşük istihdam	↓
Tanıtım	Geleneksel mecralar üzerinden yüksek maliyetli pazarlama faaliyetleri	Dijital kanallar üzerinde düşük maliyetli ve ölçülebilir pazarlama faaliyetleri	↓
Teknoloji	-	İnternet ve iletişim teknolojilerinin yoğun kullanıldığı donanım ve yazılım maliyetleri	↑
Dağıtım	Fiziksel dağıtım kanalları üzerinden kısıtlı bölgede pahalı, yavaş ve emek yoğun dağıtım	Dünyanın her yerine maliyetsiz olarak ulaşım imkânı	↓
Diğer	Yüksek ofis, seyahat, yönetim, iletişim ve destek hizmet maliyeti	Küçük lokasyon ve sanal platformlara bağlı olarak düşük genel maliyetler	↓

Kaynak: Basın İlan Kurumu



Basın sektörü için baskı ve dağıtım faaliyetlerinin maliyetli olması buna karşın geniş kitlelere kolaylıkla ulaşabilen dijital mecraları cazip mecra hâline getirmektedir. Ancak resmî ilanlardan elde edilecek olan gelirden mahrum kalmamak için birçok basın işletmesi özellikle de yerel gazete işletmeleri basılı olarak yayın yapmaktan vazgeçememektedir. Türk basınında tanınmış birkaç gazetenin kâğıt baskıdan vazgeçerek dijital yönelediği görülse de kısıtlı kaynağa sahip yerel basının resmî ilan gelirleri nedeniyle matbaaya mahkûm olduğu görülmektedir.

Uygulamada farklılık gösterse de birçok ülkede basın varlığını sürdürebilsin ve çok seslilik sağlanabilsin diye ekonomik olarak desteklenmektedir. Fakat dünyadaki basın işletmeleri finansal gelirlerini sadece kamu kaynağı ile sınırlı tutmayıp farklı gelir modeli oluşturacak uygulamalar gerçekleştirmekte ve reklam enstrümanını çok daha etkili kullanabilmektedir. Bu nedenle Türkiye’de de yazılı basın sektörü, içerisinde bulunduğu dönüşüm sürecine uyum sağlayacak biçimde yeni iş modellerine, mecralara, formatlara ve organizasyon yapısında gerçekleştirmesi gereken farklılıklara odaklanarak ilerlemelidir. Sektörün bu ihtiyaçlarının giderilmesinde ve basının dönüşüm sürecinden rahatlıkla çıkabilmesi adına Basın İlan Kurumu, İŞKUR, KOSGEB ve Kalkınma Ajansları gibi kurumların iş birliğinde sektör çalışanlarının kişisel ve kurumsal alanda gelişiminin sağlanması ve sektöre yeni dönemin beklentilerini karşılayacak çalışanların kazandırılmasına yönelik projeler gerçekleştirmektedir. Bu kapsamda hazırlanan toplam 49 projeden 1429 katılımcı istifade etmiş, 328 kişinin basın sektöründe istihdamı sağlanmıştır. Pandemi süreciyle birlikte başlatılan çevrim içi eğitimlerle 41 ilde yayın yapan gazete sahibi, çalışan ve temsilcilerine dijital yayıncılığa uyum sağlayabilecekleri eğitimler düzenleyerek dijital varlıklarını yönetebilecekleri ve ek gelir sağlayabilecekleri modeller üzerinde bilgi aktarımı gerçekleştirilmiştir.

Baskı ve dağıtım faaliyetlerinin yüksek maliyetler gerektirmesi, tirajlarının sürekli azalması, internet mecrasının geniş kitlelere hitap ediyor olması gibi çoğaltılabilecek birçok nedenle haber yayın mecrasının ekseni kayacak, geleceği sürekli tartışma konusu yapılan yazılı basın sektörü hâlâ

enformasyonda en güvenilir bilgi kaynağı olarak varlığını sürdürmektedir.

Habercilik mesleği için önemli olan gazetelerin mesleki birikim, tecrübe ve etik olgularıyla birlikte internet mecrasına taşınmasıdır. Basın İlan Kurumu, internet ortamının dinamikleri, etik ve yasal sınırlarının henüz belirlenmemiş olması, ancak gerçek anlamda gazetecilik mesleğini icra edenlerin tecrübeleriyle bir standarda getirebileceği temel düşüncesiyle yazılı gazetede habercilik faaliyetleri ile dijital haberciliği benzer bir fonksiyonda standardize etmeye çalışarak gelenekler ve gelecek arasında tecrübe aktarımını sağlamaya çalışmaktadır.

Mecra, araç ve yayıncılık pratikleri değişse de habercilik mesleğinin öznesi olan insan hâlâ en önemli faktör olarak görülmektedir. Türk basınına sağladığı katkılar ve mesleğe kazandırdığı nitelikli insan sermayesi ile birlikte basına sunduğu ek gelir modelleriyle Basın İlan Kurumu resmî ilanların yayın mecrasının değişmesi senaryosu da dâhil olmak üzere Türk Basınına varlığını sürdürebileceği metotlar sunmaktadır.

#### Kaynakça

- Basın İlan Kurumu (BİK). (2021). Basın Ahlak Esasları. <https://bik.gov.tr/kurumsal/basin-ahlak-esaslari/> , 15.11.2021
- Basın İlan Kurumu (BİK). (2021). Hakkımızda. <https://bik.gov.tr/kurumsal/hakkimizda/> , 15.11.2021
- Reklamcılar Derneği. (2021). Türkiye’de Tahmini Medya ve Reklam Yatırımları. <http://rd.org.tr/Assets/uploads/233841fa-1e08-489b-beaa-ddeb4eb297a5.pdf> , 15.11.2021
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2021). Hanehalkı Bilişim Teknolojileri (BT) Kullanım Araştırması, 2021. [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-\(ICT\)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-(ICT)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2021-37437) , 15.11.2021
- Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK). (2021). Yazılı Medya ve Uluslararası Standart Kitap Numarası İstatistikleri, 2020. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Print-Media-and-International-Standard-Book-Number-Statistics-2020-37204> , 15.11.2021



**Hilâl KAPLAN**  
Yazar

SOSYAL MEDYANIN  
KISIR DÖNGÜSÜ:

# ÇİFT TARAFLI İZOLASYON

Anahtar kelimeler: İnternet, Sosyal Medya, Sanal, Teknoloji

*Neal Stephenson ismini duydunuz mu? Amerikalı bir bilim kurgu yazarı. Ama bugünlerde dünya onun 1992’de yazdığı bir romanı konuşuyor. “Snow Crash” adlı romanında Stephenson devletin olmadığı, bugün devlet tarafından sağlanan tüm hizmetlerin özel şirketler tarafından yürütüldüğü bir dünya tarif ediyor. Ama kitabın asıl dikkat çekici tarafı yazarın “Metaverse” adını verdiği sanal gerçekliğe dayalı alternatif bir evrenden bahsetmesi.*

**T**ürkiye’de ilk internet bağlantısının 1993’te gerçekleştiğini düşünürsek 1992’de yazılmış bir romanda bahsedilen sanal gerçeklik evreni, o yıllarda bizim için oldukça zorlanmış bir hayal gücü ürününden başka bir şey değildi. Ama Metaverse artık gerçek.

Üç boyutlu oyunlardan artırılmış gerçekliğe, sanal gerçeklikten kripto paralara, internet ortamında bulunan ne varsa, hepsinin bir arada olduğu sanal bir dünya Metaverse. Her kullanıcının bir avatari var ve gerçek hayatta yaptığımız her şeyi bu üç boyutlu sanal dünyada yapıyorsunuz. Arkadaşlarımızla buluşup kahve içmek de mümkün bu dünyada, yolda yürürken trafik kazası geçirmek de arazi satın alıp gayrimenkul zengini olmak da. Tıpkı Steven Spielberg’in Ready Player One filminde olduğu gibi...

Dünyayı sosyal medya teknolojisiyle tanıstıran Facebook’un, çatı şirketinin adını “Meta” olarak değiştirmesinin sebebi de bu. 2000’li yılların başında, Facebook ilk ortaya çıktığında kullanıcılarına ne vadettiğini hatırlayın: *“İlkokul arkadaşlarınızı bile bulacak, yıllardır görüşmediğiniz dostlarınızla yeniden görüşebileceksiniz.”*

Peki, öyle mi oldu? Maalesef başlangıçta uzakları yakın etme vaadiyle çıktığımız yolda, yanımızdakileri bile göremez olduk. Giderek sayıları artan sosyal medya platformları sayesinde hiç tanımadığımız insanları takip ediyoruz, onlarla konuşuyoruz, tartışıyoruz, kimini seviyor, kiminden nefret ediyoruz ve tüm bunları tek başımıza yapıyoruz.

Sosyal medya bize ağızımızı açmadan konuşmayı, birbirimizi görmeden buluşmayı, dokunmadan sarılmayı öğretti. Üstelik tüm bunları yaparken kendimizi hayatın içinde zannetmemizi, yapmadığımız zaman yalnız hissetmemizi sağladı. Sanal dünyada sosyalleşirken gerçek hayattan soyutlandık.

Amerikan Pittsburgh Üniversitesi tarafından yapılan bir araştırma, bu durum karşısında acil bir önlem alınmazsa toplumun, ruh sağlığı bozuk insanlar güruhuna dönüşeceğini söylüyor. Araştırmaya göre sosyal medyada günde iki saatten fazla zaman geçiren 19-32 yaş arası gençlerin kendilerini sosyal hayattan tecrit etme ya da tecrit edilmiş hissetme oranı, sosyal medyayı daha az kullananlara



oranla üç kat daha fazla. Özellikle okul çağındaki çocuklarda hayatta karşılaştıkları her sorun karşısında eğilip telefonuna bakarak kendini olaydan soyutlama eğiliminin giderek arttığı gözleniyor. Araştırmanın sonuç raporunda, gerçek hayat deneyimlerinin yerini sosyal medya etkileşimleri almaya başladığı zaman, yani birlikte içilen çayın kokusunun, birlikte dinlenen müziğin, yemek yerken çıkan çatal bıçak seslerinin yerini “beğenme”ler, “takibe alma”lar, “takipten çıkma”lar aldığında sadece fiziksel değil, ruh sağlığımız da büyük zarar görüyor.

Sosyal medyayı çok fazla kullanan gençler gerçek hayata katılmak istemeyen, asosyal karakterlere dönüşüyor. Ama araştırmada sözü edilen bu tecrit durumu, sadece gençlerin içe kapanması anlamına gelmiyor. Sosyal medyada aktif olmadıkları zamanlarda, kendileri dışında herkesin etkileşim hâlinde olduğu düşüncesi, gençlerin kendilerini dışlanmış hissetmelerine de neden oluyor. Bu duygu onları daha fazla sosyal medya kullanmaya iterken, daha çok sosyal medya kullanarak gerçek hayattan daha çok kopuyorlar.

Ouroboros’u bilir misiniz? Hani şu kuyruğunu yiyen yılan... Karnını doyurmaya çalışırken, yediği şeyin kendisi olduğunun farkında bile olmaz, ta ki dişleri kafasının arkasına ulaşmıncaya kadar.



# BEKİR DEVELİ

İLE

## RÖPORTAJ

Sevde Nur ÖZKAN  
RTÜK İletişim Dergisi Yayın Kurulu Üyesi





“Birbirini anlamadığını düşünen bir karı-kocanın, mutlaka farklı bir dil konuşulan ülkeye gezmeye gitmelerini tavsiye ediyorum. Bir caddeye gidiyorsunuz, binlerce insan akıyor sağınızdan solunuzdan. Düşünün İspanya’dasınız ve konuştuğunuz dili anlayan yegâne kişi yanınızdaki insan. Yani aslında sizi anlamadığını düşündüğünüz insan

## **A**ldığımız eğitimle beraber; radyo spikerliğinden ticarete kadar birçok alanda tecrübesi olan Bekir Develi’yi bize anlatır mısınız?

Ben 1975 yılında, Almanya’nın Bielefeld şehrinde dünyaya geldim. Yedi çocuklu bir ailenin altıncı çocuğuyum. Babam terzi ve annem ev hanımıydı. İlkokul üçü bitirdikten sonra Türkiye’ye kesin dönüş yaptık ve kısa bir süre sonra babamın vefatıyla mecburen hem okuyup hem çalışmak zorunda kaldım. İlk zamanlar babamın vefat etmeden önce kurduğu gömlek atölyesinde, daha sonrasında da farklı işlerde çalıştım. Nasıl diyeyim yokluk, bir şekilde insanı daha becerikli olmaya zorluyor. Mesleki serüvenim aslında bir zorunluluktan ibaret. En son üniversite yıllarında hayatımı kazanmak için Antalya tarafında turistlere mücevherat satan kuyumcularda çalıştım. Son olarak da bu mesleği yapıyorum. Evliyim, iki çocuğum var.

## **Uzun yıllardır farklı iletişim mecralarında programlar yapıyorsunuz. Bu noktada hedef kitlenize istediğiniz seviyede ulaşmak için nelere dikkat ediyorsunuz?**

Hedef kitleme ulaşmak için aslında onların izledikleri, ilgilendikleri şeyleri takip ediyorum. Mesela sosyal medyanın çok revaçta olduğu son yıllarda mümkün merteye TikTok hariç, bütün sosyal medya hesaplarımı takip ediyorum. Neye

gülüyorlar, neyle ilgileniyorlar, ne dikkatlerini çekiyor, ne izliyorlar ve ne dinliyorlar bunlarla yakinen ilgileniyorum. Öncesinde örneğin; insanlar Anadolu programları seviyorlardı, o zaman o işleri yaptık. Sonradan Anadolu’da ne yazık ki köyler şehirlere benzemeye başlayınca ve ilgi azalınca iş daha çok sosyal medyaya kaydı ve Anadolu programı da kalmadı televizyonlarda. Bu sefer onların baktığı yere geçme muradıyla sosyal medya üzerinde aktif olmaya başladım. Ben de onlarla beraber o mecranın içindeyim. Sosyal medyaya içerik üretmeyi, burası üzerinden gençlere ulaşmayı seviyorum yani. Bu bir mecburiyet değil, bu bir tercih, seve seve yaptığım bir şey.

## **2011 yılı En İyi Kültür Sanat Etik Ödülü’ne layık görülen “Gez Göz Arpacık” programında sizi bu ödüle götüren şeyler neler oldu?**

O ödüle beni götüren şey sanırım biraz olduğum gibi davranmak oldu. Aslında orada yer sofrasına Anadolu insanlarıyla oturan, onlarla beraber gözleme yiyen, gülen, eğlenen ekran karşısındaki Bekir Develi ile ekranın arkasındaki Bekir Develi arasında pek bir fark yok. Çünkü kendi köyümde ve ailemle de, Adana’ya memlekete gittiğimde aynen bu şekilde beraber oluyoruz ve iletişim kuruyoruz. Bulduğum mecraya yabancı olmayışım ve işte olduğum gibi görünmek, başka biri olmaya çalışmamam beni ödüle götürdü. Belki hatırlarsınız;

vardı öyle Anadolu programları. Aristokrat gibi giderler, senli benli konuşurlardı insanlarla. Mesela Nişantaşı'nda birine mikrofon uzattığında siz diye hitap eden sunucu, Anadolu'ya gittiğinde “Sen kimsin?”, “Adın ne?”, “Kocan ne iş yapıyor?”, “Severek mi evlendin?” falan diyordu. Belki o birazcık eğreti duruyordu insanların nazarında ve bu izleyiciye geçiyordu. İzleyici aslında bizim zannettiğimizden daha dikkatli ve daha iyi ayırıyor onu. Zannediyorum birazcık beni kendilerinden görmeleri, bu vesileyle de teveccüh göstermeleri o ödülü almama vesile oldu.

### **Her şeyi bildiğimizi, her konuda bir fikrimiz olduğunu, fikirlerimizin doğruluğundan çok emin olduğumuzu ve fikirlerimizi ifade ederken neredeyse kavga eder gibi konuştuğumuzu söylüyorsunuz. Peki, doğru iletişim için tavsiyeleriniz nelerdir?**

Biz artık birbirimizle iletişim kuramıyoruz ve biraz sıkıntılı bir iletişim dilimiz var. Aslında yaptığımız iletişim kurmak da değil. Biz konuşalım, muhatabımız dinlesin ama bizce doğru olan şeylere o kadar sıkı sıkı sarılmışız ki bir başkasının doğrusuna kapalıyız. Hatta insanlar bakıyorsunuz tartışırken, bir şey konuşurken bile karşıdakini dinleyip onun fikirlerini anlamak yerine; onun konuşmasını kendi fikrini destekleyecek şeyler bulmak için zaman kazanma gibi görüyor. Karşımızdakini dinlemek yerine cevabımızı hazırlamakla meşgulüz. Belki bununla alakalıdır. Biraz da zamane insanı her ne kadar eskilere göre daha fazla iletişimdeymiş gibi görünse de, iletişim araçları daha yaygın kullanılsa da aslında daha çok benciliz. Şu an gençlerin YouTube ortamına bu kadar yönelmesinin sebebi de bu. Yani kontrol bende olsun diyor. Reklam ne zaman gelecek, neyi izleyeceğim, hangi saatlerine bakacağım... Biz hepsini kontrol etmek istiyoruz ve kontrol edemediğimiz hiçbir şeyden hoşlanmıyoruz. Dolayısıyla bu o kadar sıkılgan bir hâl aldık ki toplum olarak birinin sözünü bitirmesine, kendini ifade etmesine zaman tanımıyoruz. Hep biz konuşalım, insanlar hep bizi dinlesin, bizim doğrularımızı alkışlasınlar diye. Oysa bu bir iletişim değil, yani iletişimden anladığımız bu değil esasında.

### **Yaptığımız ulusal ve uluslararası gezilerde üzerinizde derin izler bırakan insan hikâyelerini sıkça paylaşıyorsunuz. Bununla neyi hedefliyorsunuz? Hatıralarınız içerisinde sizi en çok etkileyen hikâyeyi RTÜK İletişim için paylaşır mısınız?**

Gezmek olağanüstü bir şey ve gezdiğimiz yerlerde biriktirdiğiniz hatıraları insanlarla paylaşarak aslında onları gezmeye, kabuklarından ve evlerinden dışarı çıkmaya ikna etmeye çalışıyorum. Birbirini anlamadığını düşünen bir karı-kocanın, mutlaka farklı bir dil konuşulan ülkeye gezmeye gitmelerini tavsiye ediyorum. Bir caddeye gidiyorsunuz, binlerce insan akıyor sağınızdan solunuzdan. Düşünün İspanya'dasınız ve konuştuğunuz dili anlayan yegâne kişi yanınızdaki insan. Yani aslında sizi anlamadığını düşündüğünüz insan. Dolayısıyla biraz daha dikkatli davranırsınız. Bir önceki soruda konuştuğumuz gibi iletişimimizi artırmak açısından buna ihtiyacımız var diye düşündüğümünden hadiseyi daha çekici kılmak için çokça anı paylaşıyorum. Gittiğim birçok yerde çok enteresan şeyler yaşadım. Belki bunlardan en ilginç Makedonya'nın Kumanova ilçesinin Dılıga köyünde, köylüler terk etmiş olmasına rağmen son on beş yirmi yıldır boş köye ezan okuyan Recep Bayram diye bir beyefendinin hikâyesi vardı, zannediyorum onu hiç unutmayacağım. O hikâyeyi de internette ilgilenenler detayla bulup izleyebilirler.

### **“Yazar değilim ben” diye başladığımız “Allah Cümlemizi Korusun” kitabımızda; uzak coğrafyalardan yakın tanıkhıklara şahit olarak okuyucularımızla hangi konularda dertleşmek istiyorsunuz?**

Sizin de ifade ettiğiniz gibi dertleşmek istiyorum, çünkü yazar değilim. Sezai Karakoç'ların, İsmet Özer'lerin, Oğuz Atay'ların yazar olduğu bir ülkede ben de yazarım deyip çıkış yapmak ne bileyim iddialı ve biraz da had bilmezlik gibi geldiği için “Yazar değilim ben!” diye başlıyorum. Aslında Allah Cümlemizi Korusun bir deneme kitabı, net bir hedef yok. Hedefi şu; insanlar bizi tanıyorlar, seviyorlar ve mütemadiyen bir kitap beklediler benden. Hani söz uçur yazı kalır diyoruz ya, televizyonlarda yaptığımız işler hakikaten uçtu

Ariflerin şöyle bir özelliği var. Onlar bizim gibi sıradan insanların sayfalarla ya da ciltlerle anlatamayacağımız şeyi bir cümleyle, bir paragrafla anlatmayı başaran insanlar aslında. Derdi çok iyi tanıdıkları için ve sadece dert dillerinde değil yüreklerinde olduğu için, söyledikleri şey hem tesir ediyor hem de söyleyecekleri şeyi çok doğru ortaya koyabiliyorlar.



gitti. İnsanlarda iyi izler bıraktı belki ama dakikası dakikasına anlık olarak ne zaman neredeydik, ne söyledik bunu hatırlamak mümkün değil. Sosyal medya bu bağlamda daha avantajlı oluyor. Örneğin YouTube’ da yaptığımız işler kalıyor ve tek tıkla bunlara ulaşabiliyorsunuz. Kitapta ve televizyonda elimden uçup giden şeyleri yakalayıp o hatıraları aslında bir yazıya dökmek istedim ki kalıcı olsun ve orada yaşadıklarımız ziyan olmasın ve insanlara aktarılabilirsin. Aslında Allah Cümlemizi Korusun’u yazmamın temel dinamiği buydu. Satışı iyi oldu, insanlar teveccüh gösterdi. İkincisi de yakında gelecek o kitabın.

**Bazı sosyal medya platformlarında küçük yaşta çocuklar için uygun olmayan içerikler bulunuyor. Sizin bu konuda ebeveynlere ve çocuklara yardımcı olmak adına ciddi bir çaba içerisinde olduğunuzu görüyoruz. Bu konudaki düşünceleriniz ve şu anda neler yapıyor olduğunuza ilişkin bizlere bilgi verebilir misiniz?**

Evet, tüm sosyal medya mecralarında çocuklar için çok sakıncalı içerikler var. Ebeveynler bundan

çok şikve ediyorlar fakat aynı sakıncalı içerikler televizyonda da var ve çocuklar bu durumlarla okula gittiklerinde de karşılaşabiliyor. Benzer sakıncalı durumlar sokakta, caddede, metroda da var değil mi? Eşine şiddet uygulayan adamlar, birbiriyle kavga eden, birbirine şiddet uygulayan, küfür eden, kötü davranan insanlar, hırsızlar, kaçakçılar, tacizciler vs. aslında bir kötülüğün içine doğuyoruz yani. Dünya, düşünün ki Hz. Âdem’in ceza olsun diye sürgüne gönderildiği yer. Ne kadar iyi olabilir ki! Burada günah keçisinin sadece sosyal medya platformu olmasından ben de rahatsızım. Çünkü bu kötülük aslında her hâlimize sirayet ediyor. Dolayısıyla burada sosyal medyanın fişini çekmek, eve internet bağlatmamak ya da çocukların internete ulaşmasını engellemenin bir çözüm olmadığını düşünüyorum. İnsanlara bunu yasaklamaktansa, faydalı ve olumlu içerikler üretmenin daha kalıcı ve akılcı çözümler olduğunu düşünüyorum. Ben Bekir Develi olarak elimden geleni yapmaya çalışıyorum bu bağlamda. Kendi Youtube kanalında çocuklar için siyer, herkes için siyer, son din İslam ve hitabet dersleri gibi iyi seriler yaptım. Ama bu sadece Bekir’in, Ahmet’in, Mehmet’in çabasıyla baş edilebilecek bir kötülük değil. Çünkü taarruz çok fazla ve

savunmaya birkaç kişinin mukavemet edebilmesi mümkün değil. Bu hakikaten bir devlet politikası bağlamında ciddiye alınıp üstüne eğilmesi ve ciddi içeriklerin üretilmesi gereken; kısa, orta ve uzun vadeli planlarımızın olmasını gerektiren çok önemli bir alan. Ben hâlen bu meselenin ciddiyetinin çok farkına varıldığına inanmıyorum. İnşallah tez zamanda o sosyal mecraların ne kadar ciddi alanlar olduğunu ve ne kadar ciddi ele alınması gerektiğini hepimiz anlarız.

### **Sunmaktan en çok keyif aldığınız programınız hangisiydi?**

İftar programlarıydı ve bir de Dünyayı gezdiğim Keşif Zamanı idi. Bu iki programdan çok şey öğrendim. Birinde ben dünyayı gezdim ve ülkeleri tanıdım, ötekinde her biri bir dünya olan insanları konuk ettim. Ramazan aylarında her gün çok farklı bir âlem, çok farklı bir derya olan insanlarla sohbet etme, onlara sorular sorma ve onlarla tanış olma fırsatı buldum. Bu iki program hakikaten bana çok şey kattı.

### **Peynir Gemisi programınızın bir bölümünde sosyal medya mecralarındaki takipçi sayısına bakarak yanılgıya düşüldüğünden bahsediyorsunuz. Sizce, fazla takipçi sayısı yetkin sayılmak ve kayda değer bulunmak için neden yeterli değil?**

Takipçi sayısı bir göstergedir fakat tek başına bu yeterli değildir ve bizi yanıltır. Çünkü takipçi satın alınabilen bir şeydir ve satın alınabilen hiçbir şey, bir şeyin kalitesiyle alakalı doğru bilgi vermez size. Günde üç beş bin TL harcarsanız sizin de çok takipçiniz olur ya da bedava cep telefonu, bilgisayar veya tablet verirseniz sizin de çok hızlı takipçiniz olur. Dolayısıyla bu bir gösterge değildir. Yani biz niteliği nicelikle ölçmeyiz. Kaliteyi kantiteyle ölçmeyiz değil mi? Fakat bu bize de bir fikir verir. Yani sözüne çok kıymet verilen insanların çok takipçisi var, evet öyle, ama gayri ahlaki işler yapan insanların, kendini teşhir eden insanların da çok takipçisi var. Takipçi kıymetlidir ama kaliteli içeriğin bir göstergesi değildir. Bu yüzden bunu sık sık vurgulama ihtiyacı hissediyorum.

**Yunus Emre "Elif okuduk ötürü / Pazar oyledik götürü / Yaradılanı sevdik /**

### **Yaradandan ötürü" dizeleriyle 'Bizim Yunus' olarak hemencecik hatırlanan bir gönül insanı. Bazı programlarınızda Yunus Emre'yi konu edinmiş biri olarak '2021 Yunus Emre ve Türkçe Yılında' gençlerimize rol model olması bağlamında halk şairi Yunus Emre için neler söylersiniz?**

Hz. Yunus ne kadar da kıymetli... Ariflerin şöyle bir özelliği var. Onlar bizim gibi sıradan insanların sayfaları ya da ciltlerle anlatamayacağımız şeyi bir cümleyle, bir paragrafla anlatmayı başaran insanlar aslında. Derdi çok iyi tanıdıkları için ve sadece dert dillerinde değil yüreklerinde olduğu için, söyledikleri şey hem tesir ediyor hem de söyleyecekleri şeyi çok doğru ortaya koyabiliyorlar. Hz. Yunus'un bahsettiğiniz o mısraları çok kıymetli ve Yunus şöyle de diyor: *'Bir kez gönül yıktın ise o kaldığın namaz değil, yetmiş iki millet dahi elin yüzün yumaz değil'*. Tabii burada şöyle bir şart düşmek istiyorum. Hz. Yunus'u doğru anlamamız lazım. Gönül yıkmak çok kötüdür evet, hiçbir şekilde gönül yıkmak istemeyiz ve gönüller Allah'ın evleridir der değil mi? Biz de saygı duyuyoruz ama gerçekten gönlün de gönül olması gerekiyor. Yani trafikte daha hızlı ilerlemek için bir ambulansın peşine takılan adamın taşıdığı şey gönül değil, onu net olarak söylemek isterim. Eşine, çocuklarına şiddet uygulayan varlığın taşıdığı şeye biz gönül demiyoruz ya da insanların giyim tercihlerinden, yaşam biçimlerinden rahatsız olup onları her vesileyle taciz eden, yasaklamalarla zorbaca davranan insanların taşıdıkları şeye gönül demiyorum. Dolayısıyla onlar yıkılabilir. Bu kadar iyimserliğin günümüzde herkese uygulanmaması gerektiğini düşünenlerdenim ben. Yunus Emre kimdir ve Yunus Emre'yi Yunus Emre yapan dinamikler, unsurlar nelerdir? Önce bunların topluma çok doğru anlatılması gerektiğine inananlardanım. İnşallah önce Hz. Yunus'u, sonra onun perspektifinden kendimizi anlamayı Rabbim nasip etsin. Bu hoş söyleşi, röportaj için sizlere çok teşekkür ediyorum. Yayın hayatınızda başarılar diliyorum.

**Verdiğiniz bu kıymetli cevaplar için biz teşekkür ederiz.**





**Prof. Dr. Şeref ATEŞ**  
Yunus Emre Enstitüsü Başkanı

ULUSLARARASI ALANDA  
TÜRKÇE ÖĞRETİMİNİ  
YAYGINLAŞTIRMAK AMACIYLA

**YUNUS EMRE**

**ENSTİTÜSÜ**

TARAFINDAN YÜRÜTÜLEN ÇALIŞMALAR

*Anahtar kelimeler: Dünyada Türkçe Öğretimi, Yunus Emre Enstitüsü, Türkçenin Korunması*

*Türkçenin yabancı dil olarak öğretimi, 11. yüzyılda yazılmış olan Dîvânu Lugâti't-Türk ile başlar; Harezmi-Kıpçak Türkçesi dönemlerinde yazılan eserlerle devam eder; Osmanlı Türkçesi döneminde Türkçe öğrenen yabancı yazarların da kendi vatandaşları için gramer, sözlük ve konuşma kılavuzları hazırlamalarıyla hız kazanır. 1991 yılı itibarıyla hayata geçirilen "Türk Dünyası Öğrenci Projesi"yle birlikte son 30 yılda öğretim metotları ve materyalleri gittikçe çağdaş dünya ile uyumlu hâle gelir ve 2009 yılında kurulan Yunus Emre Enstitüsü aracılığı ile dünyaya yayılır. Şu an itibarıyla Yunus Emre Enstitüsü'nün 53 ülkede 64 kültür merkezi bulunmaktadır.*



**Y**unus Emre Enstitüsü Türk kültür merkezlerinde bir yandan Türkçe öğretilirken bir yandan da Türk kültürü, sanatı, tarihi, sporu ve mutfağını tanıtmak amacıyla birçok etkinlik düzenlenmektedir. Ayrıca yurt dışındaki üniversitelerin Türkoloji bölümleri de Türkçe öğretimi sürecinde görevli olan öğretmenlerin eğitimi ve bu süreçte kullanılacak materyallerin temini bakımından Enstitü tarafından desteklenmektedir.

Uluslararası alanda kültürel faaliyetler yürüten birçok kurumla iş birliği hâlinde faaliyetler gerçekleştiren Enstitü, ülkemizin dış ilişkilerinin geliştirilmesine katkı sağlayarak dünyanın her yerinde Türkiye'ye dost insan sayısını artırmayı hedeflemektedir.

2009 yılından 2021 yılının sonuna kadar yurt dışındaki 64 Yunus Emre Enstitüsü Türk Kültür Merkezinde yaklaşık 235 bin kişi *yüz yüze* Türkçe öğrenmiştir. Covid-19 salgınının ortaya çıkmasının ardından *çevrim içi araçlarla* 170 ülkeden 256 bin kişi Türkçe öğrenmeye devam etmektedir. Birçok ülkenin eğitim bakanlıklarına bağlı okullarında uygulanan “Tercihim Türkçe Projesi” sayesinde okul çağındaki öğrencilerin Türkçe ve Türk kültürü ile tanışmasına vesile olunmuştur. Bunların yanı sıra aşağıda açıklanacak olan Türkoloji, Türkçe Öğretim Portalı, Çevrim İçi ve Video Derslerle Türkçe Öğretimi ile de 1.111.000 kişiye ulaşılmıştır.

### **Türkoloji Projesi**

Çeşitli ülkelerdeki üniversiteler ile yapılan iş birlikleri kapsamında Türkoloji bölümleri desteklenmiş ve bu bölümlere Türkiye'den

öğretim elemanları görevlendirilmiştir. 2020 yılında 17 ülkede 27 üniversiteyle yeni iş birlikleri gerçekleştirilmiş ve üniversitelere 48 öğretim elamanı görevlendirilmiştir. 2021 yılında 50 ülkede 101 Türkoloji Projesi İş Birliği Protokolü ile yaklaşık 50 bin Türkoloji öğrencisine ulaşılmıştır.

## Çevrim İçi Türkçe Öğretimi

Salgın sürecinde çevrim içi derslere daha çok ağırlık verilmiş ve Türkçenin öğretildiği ülke sayısı 170'e ulaşmıştır. Bu süreçte Türkçeyi öğrenmek ve Türk kültürünü tanımak isteyenlerin sayısının bir hayli arttığı görülmüştür. 2020 yılında çevrim içi Türkçe kurslarında 70.500 kişi Türkçe öğrenmiş, 2021 yılında ise bu sayı 185.500'e ulaşmıştır. İki yıl gibi kısa bir sürede 256.000 kursiyer, çevrim içi derslerle Türkçe öğrenme serüvenine dâhil olmuştur.

## Tercihim Türkçe Projesi

Enstitü yurt dışındaki Türkçe öğrenme talebini karşılamak amacıyla bir taraftan çeşitli ülkelere kültür merkezi açarken bir taraftan da ülkelerin eğitim bakanlıklarına bağlı okullarında Türkçenin seçmeli yabancı dil dersleri arasında yer alması için çalışmalarını sürdürmektedir. "Tercihim Türkçe Projesi" kapsamında fiziki imkânları yeterli olmayan okullara akıllı tahta, dizüstü bilgisayar ve projeksiyon aleti desteği verilerek Türkçe sınıfları oluşturulmaktadır.

Ayrıca öğrencilerin ihtiyacı olan her türlü kırtasiye malzemesi Enstitü tarafından temin edilmekte ve bu eğitim kurumlarında çeşitli etkinlikler düzenlenmektedir. Diğer yandan Türkçenin yabancı dil olarak öğretimi sürecinde görevli olan öğretmenlerin mesleki gelişimleri için eğitim programları düzenlenmektedir.

Bugün, Bosna Hersek başta olmak üzere Gürcistan, Romanya (Köstence), Japonya, Polonya, Arnavutluk (İşkodra, Tiran), Filistin, Ukrayna ve Kosova'da Türkçe, seçmeli veya zorunlu yabancı dil dersi olarak okullarda öğretilmektedir. Ayrıca Malezya ve Tayland'da üniversite düzeyinde seçmeli yabancı dil dersi olarak yer almaktadır.

## Türkçe Öğretim Portalı

Çağdaş teknolojik gelişmeler doğrultusunda hazırlanan Türkçe Öğretim Portalı aracılığıyla Enstitü, bireylere zaman ve mekândan bağımsız olarak Türkçe öğrenme imkânı sunmaktadır. Bu doğrultuda Türkçe Öğretim Portalı'nda seviyelere göre belirlenmiş kelime listeleri ve dil bilgisi yapıları aşama aşama gösterilmekte, öğrencilerin günlük hayatta sıkça kullanabileceği yapılar ve ifadeler Türkçe dil becerilerinin geliştirilmesine yönelik etkinliklerle öğretilmektedir. Türkçe Öğretim Portalı'nda bugün toplam 200 ülkeden 620.000 kullanıcı bulunmaktadır.

## Videolarla Türkçe Öğretimi

Salgın sürecinde çeşitli içeriklerde hazırlanan Türkçe öğretimi videoları ile dünya genelinde Türkçe öğrenmek veya Türkçe yetkinliğini artırmak isteyen 7 milyondan fazla kişiye ulaşılmıştır.

## Kültür Merkezleri ve Yüz Yüze Öğretim

2009 yılından itibaren Yunus Emre Enstitüsü Türk Kültür Merkezlerinde 235.000 kişi yüz yüze düzenlenen Türkçe kurslarına katılmıştır. 64 kültür merkezinde Türkçe öğretimine yönelik faaliyetler uzun bir süredir devam ederken Avustralya, Arjantin, Meksika, İspanya, Fransa, Yeni Zelanda, Kanada, İsviçre, Endonezya, Özbekistan,





Kırgızistan, Türkmenistan, Tayland, Brunei, Ruanda ve Nijerya gibi ülkelerde Türkçe kursları, alanında uzman öğretim elemanlarıyla sistematik bir şekilde bu yıl ilk kez düzenlenmeye başlanmıştır. 2021 yılında Meksika, Arjantin, Nijerya, Ruanda ve Afrin’de Yunus Emre Enstitüsü Türk kültür merkezleri açılmıştır. Önümüzdeki dönemlerde de farklı ülkelerde merkezlerin açılmasına yönelik çalışmalara devam edilmektedir.

### Yaz ve Kış Okulları

Enstitü tarafından gerçekleştirilen yaz ve kış okulları vasıtasıyla Türkiye ve Türkçeyle gönül bağı kurmuş pek çok kişi, Türkiye’ye davet edilerek hem kendi alanlarında eğitim alma hem de Türk kültürünü yakından tanıma imkânı elde etmekte, Türkiye’de edebiyattan sinemaya, gastronomiden arkeolojiye kadar pek çok alanda eğitim alıp deneyim kazanmaktadır.

### Türkçenin Sesi Radyosu

Türkçenin Sesi Radyosu; Türk dilini öğretmek, Türk kültürünü, sanatını ve edebiyatını daha geniş kitlelere tanıtmak amacıyla faaliyet gösteren, internet teknolojilerini kullanarak yayın yapan yeni nesil bir radyodur. Ayrıca içeriğinde Türkçe öğretimine yönelik her seviyede dinleme materyali bulunmaktadır.

### Kültür-Sanat Faaliyetleri

Enstitü, dünyanın pek çok yerinde Türkiye’yi ve Türk kültürünü tanıtmak, Türkiye ile bağ kuran insan sayısını artırmak amacıyla kültür-sanat faaliyetleri düzenlemektedir. Bu kapsamda geleneksel el sanatları, enstrüman, spor ve yemek kursları, atölye çalışmaları, sergi, konser, söyleşi, bilimsel toplantılar, kitap tanıtımları, festival, fuar vb. etkinlikler vasıtasıyla dünyanın birçok ülkesinde binlerce insana ulaşılmıştır. Etkinliklere salgın döneminde çevrim içi ortamlarda da devam edilmiştir.

“Kemankeş Projesi kapsamında 26 ülkede verilen okçuluk eğitiminde başarılı olan katılımcılar, eğitimci olmaya hak kazanmış ve ülkelerinde okçuluk eğitimi vermeye başlamıştır.

Cumhurbaşkanlığımızın 2021 yılını “Yunus Emre ve Türkçe Yılı” ilan etmesinin ardından başlatılan projeler kapsamında, Türkiye’ye ve Türk kültürüne hizmet eden yabancı kişi, kurum ve kuruluşlara

“Türkçe ve Türk Kültürüne Uluslararası Katkı Ödülleri” verilecektir. Ayrıca Yunus Emre’nin felsefesini, barış isteğini ve sevgi anlayışını konu alan kısa filmlere “Uluslararası Yunus Emre Kısa Film Yarışması Ödülleri” takdim edilecektir. Bu ödüller vasıtasıyla Türk milletine ait değerleri Türkçeyle tanıtmayı şiar edinmiş kişilerin, kurum ve kuruluşların, gün yüzüne çıkarılmayı bekleyen nitelikli eserlerin dünya genelinde tanınırlığının artırılması hedeflenmektedir.

### Sürelî Yayınlar

Enstitü tarafından yayımlanan “.tr” ve “Türk Dünyası” gibi dergilerin yanı sıra Yunus Emre Bülteni ile hem ulusal hem de uluslararası alanda farklı kitlelere ulaşmaya çalışılmaktadır. “.tr” dergisi İngilizce-Türkçe, “Türk Dünyası” dergisi ise 11 Türk yazı dilinde yayımlanmaktadır.

### Materyaller

Enstitü; Türkçenin yetişkinlere ve çocuklara yabancı dil olarak öğretimi sürecinde kullanılmak üzere Diller İçin Avrupa Ortak Öneriler Çerçevesi’ni (CEFR) temel alarak ders ve hikâye kitapları, konuşma kılavuzları, video etkinlikleri, zenginleştirilmiş kitaplar gibi basılı ve dijital materyaller hazırlamaktadır. Özellikle farklı amaçlar için Türkiye’ye gelen yabancıların Türkçe iletişim ihtiyaçlarına yönelik olarak kapsamlı bir Konuşma Kılavuzu hazırlanmıştır. Çok dilli olarak yayımlanan ve uzman ses sanatçıları tarafından seslendirilen bu kılavuz, yabancıların ihtiyaç duydukları Türkçe kelimeleri ve diyalogları kolaylıkla kendi kendilerine öğrenmelerine imkân tanımaktadır.

### Dil Becerilerinin Ölçülmesi ve Değerlendirilmesine Yönelik Faaliyetler

Enstitü, başta Türk kültür merkezlerinde düzenlenen sertifika ve seviye tespit sınavları olmak üzere, Türkçenin yabancı dil olarak öğretimi alanında gerçekleştirilen bütün sınavların Diller İçin Avrupa Ortak Öneriler Çerçevesi (CEFR) doğrultusunda hazırlanması ve uygulanması kapsamında faaliyetler yürütmektedir.

## Enstitü aynı zamanda Türkiye’deki üniversitelerde eğitim almak isteyen yurt dışındaki öğrencilere yönelik Yabancı Öğrenci Sınavı (YÖS) uygulama süreçlerine destek vermektedir.

Türkçe Yeterlik Sınavı (TYS), Türkçenin uluslararası geçerliğe sahip standart bir sınava kavuşması ve ülkemizin yabancı öğrenci kabulünü kolaylaştıran politikalarına destek olunması amacıyla Yunus Emre Enstitüsü Sınav Merkezi tarafından Diller İçin Avrupa Ortak Öneriler Çerçevesi’ne göre, Türkçeyi yabancı veya ikinci dil olarak öğrenen bireylerin dil yeterliklerini ölçmek üzere geliştirilen bir dil yeterlik sınavıdır. TYS’ye şu ana kadar 43 ülke, 52 sınav merkezinden yaklaşık 15.000 kişi katılmıştır. Enstitü tarafından 2013 yılından bu yana uygulanan TYS, ALTE (The Association of Language Testers in Europe) standartlarına uygun bir şekilde geliştirilmektedir. 2020 yılı başlarında dünyayı etkisi altına alan Kovid-19 salgını sürecinde Enstitü tarafından yoğun bir şekilde düzenlenen çevrim içi Türkçe kursları kapsamında çevrim içi sınav uygulamasına yönelik bir ihtiyaç ortaya çıkmıştır. Bu ihtiyaç doğrultusunda Yunus Emre Enstitüsü Çevrim İçi Sınav Yönetim Sistemi geliştirilmiştir. Çevrim içi sınav sisteminde şimdiye kadar 18.764 kişi farklı düzeylerde uygulanan sınavlara katılmıştır. Enstitü aynı zamanda Türkiye’deki üniversitelerde eğitim almak isteyen yurt dışındaki öğrencilere yönelik Yabancı Öğrenci Sınavı (YÖS) uygulama süreçlerine destek vermektedir. Ayrıca Türkçenin yabancı dil olarak öğretimi alanında çalışan akademisyenlere, Yunus Emre Enstitüsü Türk kültür merkezlerinde ve üniversitelerin Türkçe öğretim merkezlerinde görev yapan Türkçe öğretim elamanlarına, TYS soru bankasına katkı sağlayan soru yazarlarına yönelik hizmet içi eğitim seminerleri ve çalıştaylar düzenlemektedir.

REGULATORS ENGAGEMENT IN PROTECTING  
MINORS IN AUDIO-VISUAL MEDIA TIRANA:

# INTERNATIONAL CONFERENCE ON CHILD PROTECTION

**Mrs. Armela KRASNIQI**

The President of AMA

Arnavutluk Görsel İşitsel Medya Kurumu Başkanı

Albanian Audiovisual Media Authority, Albania

Arnavutluk Görsel-İşitsel Medya Kurumu, Arnavutluk

Çeviri: Yusuf DEMİRTAŞ

RTÜK Uluslararası İlişkiler Dairesi Başkan Yrd.V.

DÜZENLEYİCİ OTORİTELERİN GÖRSEL-İŞİTSEL  
MEDYADA ÇOCUKLARI KORUMADAKİ ROLÜ:

## ÇOCUKLARIN KORUNMASI ÜZERİNE

## ULUSLARARASI BİR

## KONFERANS

*Key words: child protection, audio-visual media, media literacy, education of children*

*Anahtar kelimeler: çocukların korunması, medyanın zararlı etkileri, görsel-ışitsel medya*

*In Tirana, on October 13, 2021, the Albanian Audiovisual Media Authority, AMA, held the International Conference on “Protection of Minors in Audiovisual Media”.*

*Arnavutluk Görsel-İşitsel Medya Kurumu (AMA) 13 Ekim 2021’de Tiran’da “Görsel-İşitsel Medyada Çocukların Korunması” konulu uluslararası bir konferansı düzenledi.*

About 100 participants, experts, professors and researchers, representatives from audiovisual regulators and communities of journalists gathered in a common space for sharing their experiences and concerns, by building a dialogue on essential aspects related to audiovisual content for and with children.

The President of AMA, Mrs. Armela Krasniqi in her welcome speech on this outstanding event, described minors protection as a concerning aspect for any society. The impact of audiovisual media on children can lead to aggressive behaviour, intimidation of children, creation of violent heroes to follow, and above all it can root the belief that violence represents a social norm. At a time when technological developments are facing us with multidimensional challenges, the task of the media is to protect the highest social interests, through education and protection of children. "The contribution for the protection of children represents the most essential contribution to be ever provided to a society and its perspective", said Mrs. Krasniqi.

Yaklaşık 100 katılımcı; uzmanlar, profesörler, araştırmacılar, görsel-işitsel düzenleyiciler ve gazeteci topluluklarından temsilciler, çocuklara yönelik görsel-işitsel içeriklerle ilgili temel hususlar hakkında bir diyalog kurarak deneyimlerini ve endişelerini paylaşmak için ortak bir alanda bir araya geldi.

AMA Başkanı Armela Krasniqi karşılama konuşmasında, küçüklerin korunması hususunda her toplumun azami seviyede üzerine düşen sorumlulukları olduğunu ifade etti.

Krasniqi, "Görsel-işitsel medyanın çocuklar üzerindeki etkisi, saldırgan davranışlara, çocukların sindirilmesine, takip edilecek şiddet içeren kahramanların üretilmesine yol açabilir ve hepsinden öte, şiddetin bir sosyal normu temsil ettiği inancını köklendirebilir. Teknolojik gelişmelerin çok boyutlu zorluklarla karşı karşıya kaldığı bir zamanda, medyanın görevi, çocukların eğitimi ve korunması yoluyla en yüksek toplumsal çıkarları muhafaza etmektir. Çocukların korunmasına yapılan katkı, bir topluma ve onun bakış açısına şimdiye kadar yapılmış en önemli katkıyı temsil etmektedir." dedi.





This conference was organised in three panels, where local guests and from Turkey, Great Britain, Belgium, Germany, Greece, Montenegro, Kosovo, etc., focused on three important components.

During the first panel with the topic “The regulatory process and child protection”, the keynote speakers as General Manager of PA Media Group in the UK, Clive Marshall; KSF Executive Director in Germany, Stefan Linz; the Founder and Director of Wagner-Hatfield in Belgium Jean-François Furnémont and Mrs. Elma Tershana from the Observatory for Child Protection in Albania delivered their presentations.

The second panel was dedicated to the emerging need that media education echoes currently, where the keynote speakers as Remzi Lani, Director of the Albanian Media Institute in Tirana, professors of the Department of Journalism and Communication at the University of Tirana, Dr. Iris Luarasi and Dr. Elvin Luku, RTUK Supreme Council expert Yusuf Demirtas and media expert Emiliano Kaziaj made their references.

Bu konferans; Türkiye, İngiltere, Belçika, Almanya, Yunanistan, Karadağ, Kosova gibi ülkelerden ve yerelden gelen konukların üç önemli bileşene odaklandığı üç panelde düzenlendi.

“Düzenleme Süreci ve Çocukların Korunması” konulu ilk panelde, PA Medya Grubunun Birleşik Krallık Genel Müdürü Clive Marshall, KSF Almanya İcra Direktörü Stefan Linz ve Wagner-Hatfield Belçika Kurucusu ve Direktörü Jean-François Furnémont, ülkelerinin bu konudaki deneyimlerini paylaştı. Panele, Arnavutluk’taki Çocuk Koruma Gözlemevi’nden sorumlu Elma Tershana, Çocukların Korunmasına Yönelik Gözlemevi’nin çalışmalarını ve bulgularını sunarak katkıda bulundu.

İkinci panel, günümüzde medya eğitiminin nasıl bir ihtiyaç hâline geldiği konusuna ayrıldı. Panelistler Arnavutluk Medya Enstitüsü’nden Remzi Lani, Profesörler Iris Luarasi ve Elvin Luku, Uzman Emiliano Kaziaj ve Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK) Uzmanı Yusuf Demirtaş, bir ihtiyaç olarak çocuklara yönelik medya eğitiminin önemini vurguladılar.





The media should display ethical content and not jeopardize children and young people, provided that a special permission has been granted and it should be quoted with subtitles that children do not consume this content.

During the third panel, with the topic “On the Effects of Advertising and Commercialism on Children, the UNICEF Representative in Albania Roberto De Bernardi, professor of journalism and communication, Dr. Alban Tartari, representative of the Audiovisual Regulator in Montenegro, Mrs. Jadranka Vojvodic, as well as the expert of the Agency for Child Protection at the Ministry of Health and Social Protection, Mrs. Anila Bregu delivered their presentations.

“The media should display ethical content and not jeopardize children and young people, provided that a special permission has been granted and it should be quoted with subtitles that children

Medya etik içerikli olmalı, çocukları ve gençleri tehlikeye atmamalı. Ayrıca çocuklar açısından izlenmesinde sakınca olabilecek içerikler de açıkça belirtilmelidir.

“Reklamcılık ve Ticarileşmenin Çocuklar Üzerindeki Etkileri Üzerine” konulu üçüncü panelde, UNICEF Arnavutluk Temsilcisi Roberto De Bernardi, gazetecilik ve iletişim profesörü Dr. Alban Tartari, Karadağ Görsel-İşitsel Düzenleyicisi temsilcisi Jadranka Vojvodic’in yanı sıra Sağlık ve Sosyal Koruma Bakanlığı Çocuk Esirgeme Kurumu Uzmanı Anila Bregu sunumlarını gerçekleştirdi.

PA Medya Grubu’ndan Cliv Marshall, “Medya etik içerikli olmalı, çocukları ve gençleri tehlikeye atmamalı. Ayrıca çocuklar açısından izlenmesinde sakınca olabilecek içerikler de açıkça belirtilmelidir.” dedi. Jean Francois Furnemont, AB’nin Görsel-

“In the perspective of Stefan Linz, the legal framework for the protection of children and young people represents a balancing act between fundamental human rights, the right to freedom of expression, the right to information that also applies to children, enabling them grow up protected by any harmful content.

do not consume this content,” said Cliv Marshall from PA Media Group. Jean Francois Furnemont, meanwhile, noted the changes in the EU’s Audiovisual Media Services Directive, stressing the need for regulators to align national legal framework as naturally as possible in accordance with the specifics of the country.

In the perspective of Stefan Linz, the legal framework for the protection of children and young people represents a balancing act between fundamental human rights, the right to freedom of expression, the right to information that also applies to children, enabling them grow up protected by any harmful content. “This harmful and dangerous content should be distributed in a way that minors and children do not realize it exists and advertising of this content needs to be limited.”

The dynamics of RTÜK’s commitment to media literacy, strategy and impact on children and youth, presented by Yusuf Demirtas, identified for the audience the crucial role of the audiovisual regulator for a better understanding of audiovisual content, as an obstacle to the circulation of fake news and misinformation in general.

Roberto de Benardi highlighted the importance of the Convention on the Rights of the Child,

Stefan Linz’e göre, çocukların ve gençlerin korunmasına ilişkin yasal çerçeve, temel insan hakları, ifade özgürlüğü hakkı ve çocuklar için de geçerli olan bilgi edinme hakkı arasında dengeleyici bir rolü temsil etmekte ve çocukların herhangi bir zararlı içeriğe karşı koruma altında büyümelerini sağlamaktadır.

İşitsel Medya Hizmetleri Direktifindeki değişikliklere dikkat çekerek, düzenleyicilerin ulusal yasal çerçeveyi ülkenin özelliklerine uygun olarak mümkün olduğunca uyumlu bir hâle getirmesi gerektiğini vurguladı.

Stefan Linz’e göre, çocukların ve gençlerin korunmasına ilişkin yasal çerçeve, temel insan hakları, ifade özgürlüğü hakkı ve çocuklar için de geçerli olan bilgi edinme hakkı arasında dengeleyici bir rolü temsil etmekte ve çocukların herhangi bir zararlı içeriğe karşı koruma altında büyümelerini sağlamaktadır. Linz “Bu zararlı ve tehlikeli içerik, reşit olmayanların ve çocukların varlığından haberdar olmayacağı şekilde planlanmalı ve bu içeriğin reklamı sınırlandırılmalıdır.” dedi.

RTÜK Uzmanı Yusuf Demirtaş tarafından yapılan sunumda RTÜK’ün medya okuryazarlığı stratejisi ve bunların çocuklar ve gençler üzerindeki yansımalarına değinildi. Düzenleyici kurumun görsel-işitsel içeriğin izleyiciler tarafından daha iyi anlaşılmasına yönelik katkıları ve özellikle yalan haberlerin yayılımını ve dezenformasyonu azaltmadaki hayati rolü ortaya konuldu.

Roberto de Benardi, çocukların haklarının medyada yer almasının gerekliliğinin altını çizen Çocuk



which states that children and their rights should be exposed to the media, thus acknowledging the importance of the media, but on the other hand states that children should be protected from any kind of material that may not be appropriate for their age. Furthermore, Jadranka Vojvodic focused on the importance of commercial communications in shaping the thoughts and behaviour of children and the need to avoid harmful semantics.

At the end of the conference, the panellists and guests shared the common belief that media literacy stands in the effort and commitment to increase the skills and awareness of children to better understand the content of the media product, to promote critical thinking and evaluation, to make better use of access to various traditional or digital information platforms and sources.

Raising awareness on children's media literacy has become a challenge for societies, where public and non-public institutions, civil society actors are committed to contributing to and supporting a sustainable, inclusive, and long-term process. The focus extends on two levels: first, by working directly with the student community, broken down by age group, and second, by including in the qualifying modules the group of teachers and trainers engaged in this process.

Hakları Sözleşmesi'nin varlığına dikkat çekti ve medyanın önemini kabul etmekle birlikte, çocukların yaşlarına uygun olmayabilecek her türlü içerikten korunması gerektiğini belirtti. Ayrıca Jadranka Vojvodic, çocukların düşünce ve davranışlarını şekillendirmede ticari iletişimin önemine ve zararlı anlamsal kodlamalardan kaçınmaya vurgu yaptı.

Konferansın sonunda panelistler ve konuklar medya okuryazarlığının, çocukları medya içeriğini daha iyi anlamaları için eleştirel düşünme ve değerlendirmeye teşvik eden, çocukların çeşitli geleneksel veya dijital bilgi platformlarına ve kaynaklarına erişimi daha iyi kullanma becerisi edinmeleri ve farkındalıklarını artırmalarına yönelik çabayı ifade ettiğine ilişkin ortak görüşlerini paylaştılar.

Çocukların medya okuryazarlığı konusundaki farkındalığını artırmak kamunun, kamu dışı kurumların ve sivil toplum kuruluşlarının sürdürülebilir, kapsayıcı ve uzun vadede katkıda bulunmasını gerektiren bir sürece dönüşmüştür. Bu süreç iki kademe şeklinde tasnif edilebilir. Bunlardan ilki, yaş grubuna göre kategorize edilmiş öğrenci topluluklarıyla doğrudan çalışmak ve ikincisi, bu sürece katılan öğretmen ve eğitimci grubunu yeterlilik modüllerine dâhil etmek şeklindedir.



İbrahim USLU  
RTÜK Başkan Yardımcısı

MEDYA OKURYAZARLIĞI  
EĞİTİMİNDE

# POLİTİKA YAPICI KURUMLARIN ROLÜ

*Anahtar kelimeler: medya okuryazarlığı, ebeveyn okuryazarlığı, eleştirel medya kullanımı, çocuk ve gençlerin medya kullanım alışkanlıkları*

*Medya okuryazarlığı eğitimi ile çocuklar, gençler, ebeveynler, eğitimciler, politika yapıcılar başta olmak üzere topluma, medya araçlarını kullanma/içerik üretebilme, medya iletilerini anlayabilme/anlamlandırabilme, medya aracılığıyla etkileşim kurabilme, medyaya erişim ve medya içeriklerini doğrulayabilme becerileri kazandırmak amaçlanmaktadır.*



## Medya Okuryazarlığı Neden Gerekli?

Yalan haber, nefret söylemi, dezenformasyon, manipülasyon, propaganda, siber zorbalık, değiştirilmiş gerçeklik, tıklama tuzağı, haksız pazarlama, algoritma, kalıplaşmış roller gibi birçok konuda medyanın olası zararlarına ilişkin farkındalık oluşturularak bilinçli medya kullanımının sağlanması, medya okuryazarlığı eğitiminin temelini oluşturmaktadır.

## RTÜK'ün Bakış Açısı

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu radyo, televizyon ve isteğe bağlı yayın hizmetleri sektörünü düzenleme ve denetleme görevini titizlikle sürdürmektedir. İçerik denetimleri ile çocuk ve gençlerin, medyadaki zararlı içeriklerden korunması hedeflenmektedir; ancak sadece yasak ve engellemelerle bu hedefe ulaşmak mümkün olmayacaktır. Bu nedenle "Medya Okuryazarlığı" eğitimi Radyo ve Televizyon Üst Kurulu için büyük önem arz etmektedir.

UNICEF tarafından yayımlanan "Çocukların Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Ebeveyn Tutumları Çalışma Raporu"nda, 7-10 yaş aralığındaki çocukların yaklaşık %40'ının bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi cihazlarda hiç içerik üretmediği, yaş düzeyi arttıkça içerik üretme davranışının/ eğiliminin arttığı belirtilerek, içerik üretim şeklinin en yaygın şeklinin fotoğraf düzenleme/ değiştirme olduğu ve bunu video kaydetme, çizim/resim/ tasarım yapma kategorilerinin takip ettiği görülmüştür.

## OFCOM tarafından yayımlanan, “Çocuklar ve Ebeveynlerin Medya Kullanımı ve Tutumları Araştırması”nda ise 5-15 yaş aralığındaki çocukların yarısından fazlasının, 12-15 yaş aralığındaki çocukların yaklaşık %87’sinin sosyal medya platformlarını kullandığı da belirtilmektedir.

Medya okuryazarlığı eğitimi ile çocuklar, gençler, ebeveynler, eğitimciler, politika yapımcılar başta olmak üzere topluma, medya araçlarını kullanma/ içerik üretebilme, medya iletilerini anlayabilme/ anlamlandırabilme, medya aracılığıyla etkileşim kurabilme, medyaya erişim ve medya içeriklerini doğrulayabilme becerileri kazandırmak amaçlanmaktadır.

### Uluslararası Değerlendirmeler

Dijitalleşen dünyada bilgisayar, tablet, akıllı telefon gibi medya araçlarını kullanabilmenin yanında bu araçlar vasıtasıyla içerik üretebilmek de mümkün hâle gelmiştir. Fotoğraf ve video paylaşım platformlarının ortaya çıkması ve her yaş grubundan bireyin bu platformlarda içerik paylaşabilmesi sonucu özellikle eleştiri sınırlarının aşılması, siber zorbalık gibi konularda medyanın olumsuz etkilerine maruz kalınmaktadır. UNICEF tarafından yayımlanan “Çocukların Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Ebeveyn Tutumları Çalışma Raporu<sup>1</sup>”nda, 7-10 yaş aralığındaki çocukların yaklaşık %40’ının bilgisayar, tablet ve akıllı telefon gibi cihazlarda hiç içerik üretmediği, yaş düzeyi arttıkça içerik üretme davranışının/ eğiliminin

arttığı belirtilerek, içerik üretim şeklinin en yaygın şeklinin fotoğraf düzenleme/değiştirme olduğu ve bunu video kaydetme, çizim/resim/tasarım yapma kategorilerinin takip ettiği görülmüştür.

Çocukların ve gençlerin tükettikleri içeriklerdeki medya iletilerini anlayabilmeleri ve eleştirel bir bakış açısıyla değerlendirebilmeleri, zararlı içerikler ve reklam stratejilerini ayırt edebilmeleri için yol gösterici olmaktadır. OFCOM tarafından yayımlanan, “Çocuklar ve Ebeveynlerin Medya Kullanımı ve Tutumları Araştırması”nda ise 5-15 yaş aralığındaki çocukların yarısından fazlasının, 12-15 yaş aralığındaki çocukların yaklaşık %87’sinin sosyal medya platformlarını kullandığı da belirtilmektedir.<sup>2</sup> İlgili çalışmada, 7-10 yaş aralığındaki çocukların yarısından biraz fazlasının arama motorlarında reklamları ayırt edebildiği, 12-15 yaş aralığındaki çocukların 2/3’ünün sosyal medya etkileyicilerinin (vlogger/fenomen/influencerlar) ürün ve markalarla ilgili sponsorlu içerik paylaştığını fark edebildiği ifade edilmektedir. Konuya Pandemi dönemi özelinde bakıldığında da çocukların video platformlarına erişim oranının Pandemi döneminde arttığı ve çocukların isteğe bağlı video/yayımları tercih etme oranının (%96) geleneksel TV izleme oranının (%56) neredeyse iki katı olduğu da araştırma sonucu tespit edilmiştir.<sup>3</sup>

Bilgiye ulaşma yollarının artması ile birlikte geleneksel radyo ve televizyon haberciliğinin yanında sosyal medya platformları ile internet siteleri yoluyla da haberlere ulaşmak mümkün olmaktadır. Bu durum sunulan bilgilerin doğruluğuna güven, dezenformasyon, manipülasyon gibi sorunları ortaya çıkarmaktadır. “Yalan Haber ve Eleştirel Okuryazarlık Tekniklerinin Okullarda Öğretilmesi Komisyonu Raporu”nda yer alan bilgiye göre, “Çocukların %98’inin sahte haberleri

1 UNICEF, RAK, “Çocukların Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Ebeveyn Tutumları Çalışma Raporu”, October 2020, <https://www.unicef.org/bih/en/reports/childrens-media-habits-and-parental-attitudes> Erişim Tarihi: 19.11.2021

2 OFCOM, “Çocuklar ve Ebeveynlerin Medya Kullanımı ve Tutumları Araştırması”, April 2021, [https://www.ofcom.org.uk/\\_data/assets/pdf\\_file/0025/217825/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2020-21.pdf](https://www.ofcom.org.uk/_data/assets/pdf_file/0025/217825/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2020-21.pdf) Erişim Tarihi: 19.11.2021

3 a.g.e. Erişim Tarihi: 19.11.2021



"Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı", Brüksel, 27-28 Kasım 2021

gerçeğinden ayırt edemediği, öğretmenlerin neredeyse 2/3'ünün, sahte haberlerin, çocukların kaygı düzeylerini artırarak özgüvenlerini zedeleyerek ve dünya görüşlerini çarpıtarak çocukların refahına zarar verdiğine inandığı, sahte haberlerin çevrim içi olarak yaygınlaşmasının, çocukların haberlere daha az güvenmesine sebep olduğu ve çocukların neredeyse yarısının haberleri internet sitelerinden ve sosyal medyadan aldığı, ancak bu çocukların yalnızca 1/4'ünün aslında çevrim içi haber kaynaklarına güvendiği" sonuçlarına ulaşılmıştır.<sup>4</sup>

## Ebeveyn Okuryazarlığı

OFCOM tarafından yayımlanan, "Çocuklar ve Ebeveynlerin Medya Kullanımı ve Tutumları Araştırması"nda ebeveynlerin Covid-19 salgını sırasında çocuklarının ekran başında geçirdiği zamani kontrol etmekte zorlandıklarını belirttiği, ebeveynlerin yaklaşık yarısının çocuklarına ilişkin bazı kuralları 2020 yılında gevşetmek zorunda kaldıklarını söylediği, bunun yanı sıra ebeveynlerin de internetin değerini kabul ettiği, internetin çocuklarının arkadaşlarıyla bağlantıda kalmasına yardımcı olduğunu ifade ettiği görülmektedir. İlgili

4 National Literacy Trust, "Yalan Haber ve Eleştirel Okuryazarlık Tekniklerinin Okullarda Öğretilmesi Komisyonu Raporu", 2018, [https://cdn.literacytrust.org.uk/media/documents/Fake\\_news\\_and\\_critical\\_literacy\\_-\\_final\\_report.pdf](https://cdn.literacytrust.org.uk/media/documents/Fake_news_and_critical_literacy_-_final_report.pdf) Erişim Tarihi: 19.11.2021

5 OFCOM, "Çocuklar ve Ebeveynlerin Medya Kullanımı ve Tutumları Araştırması", April 2021, [https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0025/217825/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2020-21.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0025/217825/children-and-parents-media-use-and-attitudes-report-2020-21.pdf) Erişim Tarihi: 19.11.2021



Çocukların Korunmasına Yönelik PIN Uygulaması

araştırmada ebeveynler arasında çeşitli teknik araçlar ve kontroller konusunda farkındalığın yüksek olduğu (yaklaşık %60), ancak yalnızca 1/3'ünün bu teknik kontrollerden herhangi birini gerçekten kullandığı ifade edilmektedir.<sup>5</sup> Ebeveynlerin teknik kontrollere dair bilgi sahibi olmasının önemine dair güncel bir örnek olarak; çocukları ve gençleri dijital platformlarda yer alan zararlı içeriklerden korumak amacıyla Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından yapılan düzenleme ile isteğe bağlı yayıncılık faaliyeti yürüten platformlarda çocuk hesapları için PIN uygulaması ile şifre oluşturulması yükümlülüğü getirilmiştir.

## Değerlendirme

Nihai olarak; medya okuryazarlığı eğitiminde, çocuk ve gençleri yetkilendirici bir yaklaşım benimsenmesi, ebeveynlerin sürece dâhil edilmesi, dijital ve geleneksel medya ayırımı yapmaksızın bütüncül yaklaşımla hareket edilmesi ve eğitimin dijital mecraları kapsayıcı olması eğitimin verimli olması adına önem arz etmektedir.

\*Bu metin Kültür ve Turizm Bakanlığı destekleriyle Radyo ve Televizyon Üst Kurulu ile Yunus Emre Enstitüsü iş birliğinde Brüksel'de gerçekleştirilen "Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı ve Türkçe Çalıştayı"nda tarafimca yapılan sunum esas alınarak hazırlanmıştır.



**Nazlı ÇELİK**  
Star Haber Genel Yayın Yönetmeni



TARAFIZ

**KADINLARIN**

**YANINDAYIZ**



**Anahtar kelimeler:** kadına yönelik şiddetle mücadele, medyada kadın temsili

*“Bir genç kadın daha, yardım için yalvarıyor.” diye başlamıştı söze. Çekip gönderdiği fotoğraflara baktık. Vücudu yara bere içindeydi. Morluklar tüm bedenini kaplıyordu. Feci şekilde dayak yemişti erkek arkadaşından. Hem “Beni kurtarın!” diye yalvarıyor, hem de aynı şeyi başka kadınlara yapmasın diye saldırganın cezalandırılmasını istiyordu.*





Star Haber'in arşivini araştırdım tarihini bulabilmek için. İznini almadığımdan burada kimliğini açıkça yazamadığım genç kız T.D. ihbar hattımıza 2019'un Haziran ayında başvurmuştu. İstihbarat şefimiz Muharrem Çağlar tek tek okuduğu ihbarların arasından bulup çıkarmış, sabah gündem toplantımıza getirmişti. "Bir genç kadın daha, yardım için yalvarıyor." diye başlamıştı söze. Çekip gönderdiği fotoğraflara baktık. Vücudu yara bere içindeydi. Morluklar tüm bedenini kaplıyordu. Feci şekilde dayak yemişti erkek arkadaşından. Hem "Beni kurtarın!" diye yalvarıyor, hem de aynı şeyi başka kadınlara yapmasın diye saldırganın cezalandırılmasını istiyordu.

### Bir Garip "Uzlaştırma" Kararı

Gittik röportaj yaptık, başına gelenleri dinledik, özel haber olarak ekrana taşıdık. Zanlı adam gözaltına alındı, mahkemeye çıktı, yargılandı. Karar da çok yakın bir tarihte verildi. Mahkeme, erkek arkadaşından açıkça şiddet gören, ama hayatta kaldığı için kadının başvurusuyla açılan davada dosyayı, 'uzlaştırma bürosuna' gönderme kararı aldı.

İlginç değil mi? Dayak yiyen kadından, ona dayak atan adamla uzlaşması bekleniyor. Bu sadece bir örnek...

Peki, pek çok kez görmedik mi mahkemenin serbest bıraktığı dayakçıların, medyanın etkisiyle tutuklandığını? Bir de bu olayların cinayet boyutu var tabii. Kadın katilleri. Kravat takıp hâkimden ceza indirimi koparmaya çalışan ya da "Aldattığından şüphelendim." deyip tahrik indirimi hesabı yapan.

### Tarafız, Kadınların Yanındayız!

Yaşadık hepsini, ne yazık ki yaşamaya da devam ediyoruz. Peki, biz gazeteciler olarak ne yapıyoruz? Elimizdeki tek güçle; televizyon ekranımızla şiddet gören baskı altındaki kadınların sesini duyurmaya, yaptığımız haberlerle hayatlarını kurtarmaya çalışıyoruz. Açıkça, büyük bir rahatlıkla şunu söyleyebilirim. Bu konuda tarafız, eril şiddetin karşısında, kadınların yanındayız. Yanı başındayız.

### Haber Olmayınca, Yok da Olmuyor

Kadına yönelik şiddet haberlerine, kadın cinayetlerine karşı hep algıların açık olmasıyla

“Kadınların derdini dinliyoruz, onlarla dertleniyoruz, hissediyoruz ve çılgınlıklarını ne bir artı ne bir eksi, olduğu gibi aktarabilmek için köprü vazifesi görüyoruz. Şüphe yok ki medyadaki kadın ağırlığıyla, ülkemizde erkek şiddetine yaklaşım, kadına şiddete başkaldırı çok daha güçlü, görünür olacak. Yıllardır kanayan bu yara buradan kabuk bağlamaya başlayacak.

başlıyor mücadele. Her bir bireyin yaşam hakkına saygı duymakla devam ediyor. Kadına şiddetin görmezden gelinmemesi, aksine her birinin topluma iyi anlatılarak vicdanlara işlenmesi gerekiyor. Çeşitli nedenlerle gündemde yer bulamaması ya da sıradan bir gündem maddesi olarak değerlendirilmesi, çoğu kadın cinayetinde, hafifletilmiş neden, tahrik indirimi, kısacası katilin yanına kâr kalan bir cinayet anlamına geliyor. Elbette sadece kadın cinayetleri değil mesele... Kadına yönelik itibarsızlaştırma, fiziksel ve psikolojik şiddet, çocuğundan mahrum bırakma, aşışılama, zorla alıkoyma, ekonomik olarak bağımlı bırakmaya kadar hepsi ile ayrı mücadele gerekiyor.

### Kadınlar Yalnız ve Çaresiz Hissediyor

Biliyoruz ki şiddet gören kadınların çok azı sesini çıkarabiliyor, çok daha azı sesini duyurabiliyor. İşte bu yüzden haber merkezlerinde çalışan meslektaşlarımıza da büyük görevler düşüyor. Editörlerin ve muhabirlerin kendilerine ulaşan her bir ihbarı pozitif ayrımcılık yaparak, hassasiyetle değerlendirmeleri gerekiyor, zira yalnız ve çaresiz hissedilen kadınlar benzer durumdaki hemcinslerinin seslerinin duyulduğunu gördükçe cesaretlenecekler,



“Kamuoyunda “kravat indirimi” olarak bilinen bir madde var hukukumuzda. Kimi hukukçular bu kararı yasalara, kimi de hâkim inisiyatifine bağlıyor. Kravatını takan kadın katili, ceza indirimini alabiliyor.

içinde buldukları çıkmazdan kurtulmak için harekete geçeceklerdir.

## Yayınlayalım mı? Yayınlamayalım mı?

Öte yandan bir başka bakış açısı daha var televizyon izleyicileri arasında. Şiddet haberlerinin reyting kaygısıyla yapıldığını düşünüp eleştirenler oluyor. Hatta bu tür haberlerin, yeni şiddet vakalarını artırdığını, normalleştirdiğini, kadına yönelik şiddeti özendirdiğini savunanlar var. Bu noktada şu soru akıllara geliyor: “Şiddet gören kadınlar, kurtuluş için neden medyadan yardım istemeyi seçiyorlar?”

Hemen söyleyelim. Öyle büyük bir çaresizlik içerisinde ki, yargı sürecinde sivil toplum örgütlerinin, kamuoyunun desteğini almak için, bu yaşam savaşında yalnız kalmamak için tek çıkışı medyada görüyorlar. İşte burada sadece gazetecilik görevimizi yapmıyoruz. Yardım çığı atan hemcinslerimize karşı görevimizi de yerine getiriyoruz.

Nitekim pek çok örnek de var. Yapılan haberlerin ardından tekrar tutuklanan zanlılar, sonrasında hak ettikleri cezaları alanlar... Daha önemlisi, Türkiye'nin bu kanayan yarasıyla ilgili artan farkındalık.

## Kadının Derdinden Kadın Anlar

Gelelim editöryal bakışa; soruna “kadın bakış açısı”yla yaklaşmanın faydasına. Gururla

söylüyorum ki Star Haber Merkezi, Türk medyasında kadın yoğunluğunun en çok olduğu çalışma ortamlarından biri. En tepeden başlayan yapılanma şemsiyemizin tamamında kadın yoğunluğu görülüyor. Peki, kadına yönelik şiddetle mücadelede bize ne kazandırıyor bu?

En başta şiddet mağduru kadınların hikâyesi kadın hassasiyetiyle işleniyor ve aktarılıyor izleyiciye. Mesaj hem ekran başındakilere hem de süreçte rol alan kurumların yetkililerine de iletilmiş oluyor.

Kadınların derdini dinliyoruz, onlarla dertleniyoruz, hissediyoruz ve çığlıklarını ne bir artı ne bir eksi, olduğu gibi aktarabilmek için köprü vazifesini görüyoruz. Şüphe yok ki medyadaki kadın ağırlığıyla, ülkemizde erkek şiddetine yaklaşım, kadına şiddete başkaldırı çok daha güçlü, görünür olacak. Yıllardır kanayan bu yara buradan kabuk bağlamaya başlayacak.

## Mağduru Mağdur Etmemek İçin

Kadına yönelik şiddet haberlerindeki ilk hedef, mağdur kadınları her anlamda korumak ve bunu yeni mağduriyetlere sebebiyet vermeden yapmak. Bu yüzden haberi hazırlarken, görüntüleri iyi izleyip doğru seçmek son derece önemli. Televizyon haberciliğinin ana ham maddesi her ne kadar görüntü olsa da ekran başındaki izleyicilerimize karşı da sorumluluğumuz var. Can derdindeki kadının mağduriyetini anlatırken, haberi izleyen çocuğun, gencin, tüm bireylerin psikolojisini de dikkate alıyoruz. RTÜK yasalarına ek, sorumlu yayıncılık anlayışı çerçevesinde şiddet içerikli görüntü tekrarlarından kaçınıyor, çoğu zaman ekrana taşımıyoruz.

İhbar hattımıza her gün kadınlardan gelen yardım çığlıklarının pek çoğu rumuz kullanılarak yazılıyor, öldürülme korkusu yaşayan kadınların kimlikleri gizli tutuluyor. Haberler hazırlanırken de bu duruma azami hassasiyet gösteriyoruz.

## Ceza İndirimi Dilenen Katiller

Bir diğer nokta ise katil zanlılarının ya da sanıkların, dava sürerken gösterdikleri tavır, verdikleri ifade ile ilgili. Kamuoyunda “kravat indirimi” olarak bilinen bir madde var hukukumuzda. Kimi hukukçular bu kararı yasalara, kimi de hâkim inisiyatifine bağlıyor.



Kravatımı takan kadın katili, ceza indirimini alabiliyor. Daha da vahimi, öldürülen kadına çamur atarak yapılan indirim talebi. Eşini, sevgilisini ya da kız kardeşini öldürmüş bir adam, cinayetine “namus” perdesini indiriveriyor. “Kıskandım öldürdüm.”, “Şüphelendim vurdum.” deyip mümkün olduğunca düşük bir ceza için göz boyamaya çalışıyor, kurbanına iftira atmaktan çekinmiyor.

İşte bize burada da görev düşüyor. Haberlerde sanık ya da zanlının benzer ifadesi ile karşılaştığımızda, muhakkak amacını açık etmemiz, seyircinin dikkatine sunmamız gerekiyor. Bu yüzden ceza ya da tahrik indirimi almak için söylendiği açık bir sözün, davranışın veya verilen ifadedeki kötü niyetin; haberdeki yorum, vurgu ya da delil ile kamuoyunun dikkatine sunulmasına gayret ediyoruz.

## Sonuç

Kadına şiddetle mücadelede payımıza düşen görevin özeti, bu görevi yerine getirirken çizdiğimiz çerçeve böyle. Ortada her geçen gün büyüyen koca bir sorun var. Evde erkek çocuğuna “paşam” diyerek başlayıp sokaklarda eril dille büyüyen, yasalardaki eksik ve boşluklardan beslenen, yıllardır toplumun tüm hücrelerine yayılan çok ciddi bir sorun. Dolayısıyla yaptığımız haberler birer denizyıldızı hikâyesi. Ulaşabildiğimiz, sesini duyurmaya aracı olabildiğimiz kadınların hayatı kurtuluyor belki ama ya diğerleri. İşte bunun için en baştan, ailede başlayıp okullarda devam eden eğitim ve bilinçle, yasal düzenlemelerle, eril dilden vazgeçerek toplumun kanserli hücrelerini temizlemek gerekiyor. Eğer yılmaz, bu hastalıkla hep birlikte mücadele edersek “kadına şiddet”in gündemimizden çıkması hayal değil.



**Feyzi ERSOY**  
Türk Dil Kurumu Başkan Yardımcısı

BASIN-YAYIN VE SOSYAL  
AĞLARDA

**TÜRKÇENİN**

**KULLANIMI**

ÜZERİNE

*Anahtar kelimeler: Türkçenin kullanımı, dilin medyada kullanımı, sosyal ağlar,  
yerel söyleyişler, telaffuz yanlışları*

*Dil, en kısa tanımıyla insanlar arası iletişimi sağlayan bir araçtır. Bu araç, günümüzde önceki yüzyıllara göre çok farklı alanlarda kullanılmaktadır. Geçmişte daha çok çeşitli yazışmalarda, mektuplarda ve kitaplarda kullanılan yazı dili, bugün gazetelerde, dergilerde ve kitaplarda ağırlıklı olarak kullanıldığı gibi iletişimin oldukça arttığı çağımızda daha farklı alanlarda da kullanılmaktadır.*



**B**ilgisayar ve cep telefonu sayısının artmasıyla birlikte mail, Facebook, Twitter, WhatsApp vb. ortamlarda ve cep telefonu mesajlarında dilin yazılı olarak kullanımı bugün oldukça yaygınlık kazanmış durumdadır.

Yazı dili olarak 7-8. yüzyıldan itibaren takip edebildiğimiz Türkçemiz, kitapların yanı sıra Tanzimat'tan beri gazetelerde, hemen sonrası süreçte de dergilerde kullanılmış; o günlerden bugüne basın yayında milyonlarca sayfada kendine yer bulmuş; pek çok haberin, pek çok köşe yazısının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Özellikle 20. yüzyılın son çeyreğinden itibaren çok farklı bir biçimde şekillenen dünya teknolojisi, bütün toplumlarda olduğu gibi Türk toplumunun da ilgi alanlarını, zevklerini ve hayata bakışlarını etkilemiş; bu etkileniş başta basın yayın olmak üzere çeşitli alanlarda kendini oldukça yakından hissettirmiştir.

Dil, tanımlanırken pek çok araştırmacı tarafından “canlı bir varlık” olarak nitelendirilmiştir. Şüphesiz her geçen zaman, dildeki değişimleri de beraberinde getirmiştir. Bu yalnızca bizim dilimiz için değil dünya dilleri için de böyle olmuştur. Dildeki değişimleri yakından takip edebileceğimiz yerlerden biri de basındır. Yukarıda da bahsettiğimiz gibi ülkemizde ilk gazete Tanzimat döneminde yayımlanmıştır. O günden bugüne basında kullanılan dilde pek çok farklılık meydana gelmiştir. Cumhuriyet'in ilk yıllarında, hatta ellili ve altmışlı yılların gazetelerinde kullanılan dil de sonraki yıllarda kullanılan dilden farklı kalmıştır. Dile yeni giren veya kullanımdan düşen bazı kelimeler bu farklılıkların oluşmasına sebep olduğu gibi zamanla bazı tamlama ve yapılar da farklılıklar oluşabilmiştir. Bu durum elbette yalnızca yazı dilimiz için değil konuşma dilimiz için de geçerli olan bir durumdur.



Ülkemizde ilk radyo yayını 1927’de, TRT’nin ilk televizyon yayını ise 1968’de gerçekleşmiştir. Doksanların başından itibaren ise özel radyo ve televizyon yayınları başlamıştır. Türkçe tüm bu süreçte diğer dünya dilleri gibi geçmiştekenden farklı bir kullanım alanı ile tanışmıştır. Türkçe, hem radyoda hem de televizyonda yıllarca, özellikle TRT’nin öncülüğünde, güzel bir sınav vermiştir.

Dilin radyo ve televizyonlarda kullanımı, onun bir iletişim aracı olarak daha geniş kitlelere ulaşmasını sağladığı gibi dilde yapılan yanlışların ya da standart dışı kullanımların da daha çok gözler önüne çıkmasına, bununla birlikte

yaygınlaşmasına da sebep olmuştur. Ülkemizde ilk radyo yayını 1927’de, TRT’nin ilk televizyon yayını ise 1968’de gerçekleşmiştir. Doksanların başından itibaren ise özel radyo ve televizyon yayınları başlamıştır. Türkçe tüm bu süreçte diğer dünya dilleri gibi geçmiştekenden farklı bir kullanım alanı ile tanışmıştır. Türkçe, hem radyoda hem de televizyonda yıllarca, özellikle TRT’nin öncülüğünde, güzel bir sınav vermiştir. Türkçenin kullanımının çok önemli olduğu bu alanlarda dilimizin gerçekten de doğru ve güzel kullanılmaya gayret edildiği görülmüştür. İstanbul Türkçesi de denilen Standart Türkçe bu süreçte halkımıza doğru ve güzel olarak sunulmuştur. Yukarıda bahsedilen özel radyo ve televizyonların yayın hayatlarına başlamasıyla bu süreç, maalesef eskisi kadar istenilen seviyede gidememiştir.

Yeni kurulan radyo ve televizyonların isimlerindeki yabancılaşma bu konuda dikkatleri çeken ilk unsur olmuştur. İsimlerini burada tek tek sıralayamayacağımız pek çok radyo ve televizyon kanalı maalesef dinleyici ve izleyicilerinin karşısına yabancı adlarla çıkmıştır. Bu yabancı adların yanı sıra Türk alfabesinde olmayan x, q ve w gibi harfler de bu isimlerde ne yazık ki kendilerine yer bulabilmiştir.

Gazeteler ile radyo ve televizyonlar, toplumlarda etkili olan yayın organlarıdır. Toplumun bütün



kesimlerince takip edilen televizyonun günlük hayatımızdaki önemi bir başkadır. Özellikle cep telefonlarının yaygınlaşması öncesinde çocukların hatta yetişkinlerin vakitlerinin büyük çoğunluğunu televizyon karşısında geçirdikleri bilinmektedir. Bu konuda geçmişte yapılan pek çok araştırma bu konudaki oranları sık sık bizlere yansıtmıştır. Burada bu verilere girmesek de ülkemizde, televizyonun vakit geçirmek için uzun yıllar en çok tercih edilen unsur olduğu hatta kitap okumaya tercih edildiği bir gerçektir. Günümüzde ise cep telefonlarının da en az televizyonlar kadar etkili olduğu ortadadır. Bugün, konuşmaya henüz başlamış çocuklardan tutun da ihtiyar kimselere kadar cep telefonu insanımızın en çok kullandığı iletişim organı hâline gelmiştir. İnternetin kolay erişilebilir olması ile birlikte cep telefonlarının vakit geçirme konusunda bugün televizyonla yarışır hâle geldiği açıktır. İnsanımızın bu kadar vaktini harcadığı bu tarz iletişim araçlarında izlenen görüntülerde, dizilerde ve çeşitli programlarda kullanılan dil, bugün için elbette geçmiştekinden daha fazla önem arz eder duruma gelmiştir.

Radyo, televizyon ve cep telefonu teknolojisi, hayatımızda pek çok şeyi kolaylaştırdığı gibi dil yanlışlarının yayılma hızını da arttırmış ve bu yanlışların yayılma alanını maalesef genişletmiştir. Bazen kişisel bir dil yanlış, farkında olunmadan

ve istenmeden çok kısa sürede radyo ve televizyon kanalları, aynı zamanda özellikle cep telefonlarında kullanılan sosyal medya vasıtasıyla bütün topluma mal olmakta, böylece dil kendi kurallarına aykırı, tabii olmayan bir değişimin içine sokulmaktadır. Bu durum da dilin bozulmasına ve istenilen standartlardan uzaklaşmasına sebep olmaktadır.

Her sektörde olduğu gibi basın yayında da Türkçemiz açısından uyulması gereken birtakım kurallar vardır. Artık her dakika toplumun gözü ve kulağı önünde olan bir sektörde Türkçenin doğru ve düzgün bir şekilde kullanılması oldukça önemlidir. Radyo ve televizyonlarda sıkça yapılan dil yanlışları genel olarak şu başlıklar altında toplanabilir:

1. Telaffuz Yanlışları
2. Harflerin Yanlış Okunuşu
3. Yanlış Kelime Seçimleri veya Birbiriyle Karıştırılan Kelimeler
4. Bazı Tamlamalar ve Cümlelerdeki Yapısal Yanlışlar
5. Televizyonlarda Kullanılan Alt Yazılar veya Çeşitli Yazılı Bildirimlerdeki Yazım ve İmlaya Yönelik Yanlışlar.

Sıralanan ve sıklıkla yapılan dil yanlışlarının dışında ekranlarda dil ile ilgili dikkat edilmesi gereken başka hususlar da vardır. O da programlarda



## İstanbul Türkçesinin doğru bir şekilde kullanılması, argo sözlerden kaçınılması, Türkçenin kurallarına uygun şekilde kullanılması gazetelerin ve televizyonların dikkat etmesi gereken noktalardandır. İnsanımıza buralarda mümkün olduğunca duru ve güzel Türkçe örnekleri sunulmalıdır.

kullanılan dile, ağızdan çıkan sözlere dikkat etmenin gerekliliğidir. Özellikle kadın programları, eğlence programları, tartışma programları ve spor programları gibi bazı yayınlarda insanların ekranda olduğunu unutup evde, kahvede ve sokakta konuşur gibi konuştukları görülmektedir. İzleyici kitlesi oldukça geniş olan televizyonlarda bu tarz konuşmalar Türkçeye büyük zarar vermektedir. Birtakım izlenme ve “rating” kaygıları maalesef çoğu kez Türkçe aleyhine sonuçlar ortaya çıkarmaktadır.

Yerel söyleyişlerin radyo ve televizyon yayınlarda yaygınlaştırılmasının da Türkçenin yapısını bozacağı bir gerçektir. Yerel ağız kullanımları, kendini memlekette hissetmek veya kendi hemşerilerini görmek, onları dinlemek seyirciye hoş geldiği için bu tür programlar yüksek rayting alabilmektedir. Ancak, bunun dile yansması ise olumlu olmamaktadır. Bu tarz kullanımlar dizilerde, sinemalarda, tiyatrolarda elbette yeri geldikçe ve gerektiğinde olmalıdır. Ancak bunların genele yansımamasına dikkat etmek gerekmektedir. Doğru ve yanlışın birbirine karışması beraberinde dil kargaşasını da getirecektir. Ayrıca yazı dilimiz birçok ağzın etkisiyle değişme tehlikesiyle karşı karşıya kalacak ve bu durum, yakın gelecekte olmasa bile uzak gelecekte dil birliğine zarar verecektir.

Basın yayını, hitap ettiği kitle bakımından büyük bir öneme sahiptir. Kalabalık kitleleri, gazeteler ve televizyonlar yoluyla bilgilendirmek ve yönlendirmek mümkündür. Buralarda Türkçenin güzel ve zarif bir şekilde kullanılması, bunları takip edenleri de şüphesiz olumlu etkileyecektir. İstanbul Türkçesinin doğru bir şekilde kullanılması, argo sözlerden kaçınılması, Türkçenin kurallarına uygun şekilde kullanılması gazetelerin ve televizyonların dikkat etmesi gereken noktalardandır. İnsanımıza buralarda mümkün olduğunca duru ve güzel Türkçe örnekleri sunulmalıdır.

Televizyonlarda kullanılan alt yazılarda ya da yayın akışı sırasında ekrana yansıyan çeşitli yazılarda birtakım kelimelerin doğru imla ile yazılmaması da başka bir problemdir. Bu konuda en sık yanlış yapılan üç kelimenin *millî*, *hâlâ* ve *kâr* olduğu söylenebilir. Bu kelimeler sürekli *millî*, *hala* ve *kar* şeklinde yazılmakta, böylece farklı manalara gelen kelimeler kullanılmaktadır. Son zamanlarda bu örneklerden mesela “millî takım” yazılışına neredeyse hiç rastlanmamaktadır.

Televizyon reklamlarında alt yazı ile bile olsa İngilizceye yer verilmesi; “Are you RODİ?”, “fedexleyin”, “cep to cep”, “wapma ya, waptım bile” tarzındaki cümlelerinin ekranlarda dile getirilmesi de Türkçe açısından normal karşılanmaması gereken durumlardır.

Çeşitli televizyon programlarında ad olarak sıklıkla kullanılan hatta bir televizyon kanalına ad olan *show* kelimesinin de bu yazım biçimiyle kullanılması Türkçe açısından tasvip edilen bir şey değildir. Diller, başka dillerden kelime alabilirler. Nitekim Türkçede de başka dillerden geçmiş pek çok kelime vardır. Aynı şekilde bizim dilimiz de başka dillere kelimeler vermiştir. Ancak alıntı yapılan kelimelerin kendi imlamıza göre yazılmaları esastır. Yukarıda zikredilen kelime Türkçede zaten *şov* biçimi ile kullanılmaktadır. Hâl böyle iken yabancı bir imla ile kelimeyi yazmak, Türkçede bulunmayan harfler kullanmak, programlar yolu ile bunu yaygınlaştırmak doğru bir yaklaşım değildir.

Yazılı basında karşılaştığımız dil yanlışları ise genel olarak şu başlıklar altında toplanabilir:

Gençler arasında *nbr* (Ne haber), *slm* (selam), *kib* (kendine iyi bak) gibi yeni bir kısaltma dili ve konuşma türü ortaya çıkmıştır. Bu tür mesajlarda çoğu zaman ünlülere yer verilmezken çoğu kez de telefon kullanıcıları tarafından çeşitli jargonlar oluşturulmuştur.

### I. Yazım ve İmlaya Yönelik Hususlar

1. Kelimelerin yanlış veya eksik yazılması
2. Eklerin yanlış veya eksik yazılması
3. Düzeltme/İnceltme işaretinin kullanılmaması
4. Kesme işaretinin doğru ve yerinde kullanılmaması
5. Soru ekinin kelimeye bitişik yazılması
6. Bağlaç olan *de/da*'nın yazımındaki yanlışlıklar
7. Büyük-küçük harf kullanmaktaki yanlışlıklar
8. Noktalama işaretlerinin doğru ve yerinde kullanılmaması

### Anlatım Bozuklukları

Dilin sıklıkla kullanıldığı bir başka ortam ise bilgisayarlar ve cep telefonlarıdır. Bilgisayarların kullanım alanının artması da dile farklı şekilde yansımıştır. *Monitör, klavye, mouse, disket* gibi başta kullanılan bazı kelimelerin yanı sıra günümüzde *modem, harici hard disk, webcam, hacklemek, printer, save etmek* gibi terim ve kelimeleri görmek mümkündür. Hızla gelişen ve yayılan teknoloji, maalesef bu tarz kelimeleri zamanında Türkçeleştirmeyi ve bunu yaygınlaştırmayı mümkün kılamamaktadır.

Televizyon konusunu ele alırken değindiğimiz *w*, *x* ve *q* harfinin sosyal ağlarda sıklıkla kullanılıyor oluşu başka bir meseledir. Alfabemizde bulunmayan harflerle bize ait olan kelimeleri yazmak, dilimiz açısından tasvip edilecek bir durum değildir.

2000'li yıllarda yaygınlık kazanan bir başka iletişim aracı olan cep telefonları ve bu telefonlarda kullanılan mesajlar da dili başka bir mecraaya sürüklemiştir. Özellikle gençler arasında *nbr* (Ne haber), *slm* (selam), *kib* (kendine iyi bak) gibi yeni bir kısaltma dili ve konuşma türü ortaya çıkmıştır. Bu tür mesajlarda çoğu zaman ünlülere yer verilmezken çoğu kez de telefon kullanıcıları tarafından çeşitli jargonlar oluşturulmuştur. Başlangıçta zamandan kazanma, mesajdaki kelime sayısının sınırlı olması, internet kotası gibi çeşitli kaygılarla ortaya çıkan bu tür yazımlar zamanla yaygınlık kazanmış ve istenmeyen yapay bir imla ortaya çıkmıştır. Bunun günlük hayata yansması ise özellikle öğrencilerin yazdıkları cümlelerde görünmekte; Türkçemiz yetişen genç nesillerin elinde maalesef çok da olumlu yöne gitmemektedir.

Gazetelerin, özellikle de radyo ve televizyonların toplum hayatındaki önemi yukarıda vurgulanmıştır. Buralardan halkın karşısına çıkanların ve halka hitap edenlerin doğru Türkçe konuşmaları ve Türkçeyi düzgün kullanmaları esastır. İletişim araçları ile toplum üzerinde çeşitli yönlendirmelerin yapılabildiği bugün bir gerçektir. Hâl böyle olunca Türkçenin doğru kullanımı için bu araçların en verimli şekilde kullanılması gerekmektedir. Dil ve dil yanlışları üzerindeki denetimlerin artması ve uygulanacak çeşitli yaptırımlar bu konuda istenilen düzeye gelmesine yardımcı olabilir. Bunun için gerekli kanunların çıkarılması ve uygulanması lazımdır.

Bütün bu anlatılanlara rağmen dilimiz dünyanın en köklü ve en zengin dillerinden biri olma özelliğini bugün de devam ettirmektedir. Ufak tefek sıkıntıları zaman zaman yaşasa da Türkçe hiç şüphesiz bu özelliğini bundan sonra da devam ettirecektir. Ancak dili kullananların gerekli önemi ona her zaman vermeleri lazımdır.



## Erdal ÇETİNKAYA

Emniyet Genel Md. Siber Suçlarla Mücadele Daire Başkanı

ORTAM SANAL OLSA DA

**İŞLENEN SUÇ**

**GERÇEKTİR!**

Anahtar kelimeler: siber zorbalık, iletişim teknolojileri, Siberay

*İnternet, bireylerin birbirleriyle iletişime geçmeleri, sosyalleşmeleri, bilgiye hızlıca ulaşabilmeleri, ticari işlemlerine canlılık katabilmeleri, eğitim olanaklarını artırabilmeleri ve eğlenmeleri hususunda insan hayatını kolaylaştırmaktadır. Fakat sayılan imkânların yanı sıra internetin bilinçsiz kullanımı riskleri ve tehditleri de beraberinde getirmektedir*



## Özet

Teknoloji hayatımıza girdiği günden bugüne geçirdiği hızlı gelişme ile birlikte bireysel ve sosyoekonomik olarak kolaylıklar yanında yine bireysel, psikolojik, sosyokültürel anlamda sorun ve tehditleri de beraberinde getirmiştir. Bu tehditlerden biri ve aslında en önemlisi olarak ifade edilen siber zorbalık özellikle çocuklar ve gençler arasında yaygın olarak görülmektedir. Siber zorbalık, bilgi ve iletişim teknolojileri araçlarını (e-posta, anlık mesajlaşma, SMS, sohbet odaları, bloglar, forumlar ve sosyal ağlar) kullanmak sureti ile tehdit, taciz, utandırma, dışlama, aşağılama, izinsiz fotoğraf paylaşımı, negatif yorum, düşmanca çevrim içi ileti, utanç verici kaba davranışların, kendisini savunma gücüne sahip olmayan bir birey veya gruba yönelik olarak kasıtlı bir şekilde gerçekleştirildiği saldırgan davranışları ifade etmektedir.

Kullanıcıların yaş aralığının değişken olması, kullanıcıların siber zorbalık ve internetin yarattığı tehditler noktasında bilinçsiz olması, bu platformların denetlenmesinin güçlüğü gibi nedenler siber zorbalık davranışının sergilenmesini ve bu suça maruz kalınmasını kolaylaştırmaktadır. Çalışmada bu noktada yapılan değerlendirmelerle siber zorbalık suçunu işleyen kişilerin karşılaşacağı müeyyideler ve bu suçtan mağdur olan bireylerin dikkat edilmesi gereken noktalara açıklık getirilmeye çalışılmıştır.

## Giriş

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle beraber internet sosyal hayatın bir parçası hâline gelmiştir. İnternet insanların birbiriyle iletişime geçmesi, tanışması, sosyalleşmesi, bilgiye hızlıca ulaşması, ticari işlemlerin canlılık kazanması, eğitim

İnternet kullanımının 2 yaşa kadar indiği ülkemizde özellikle gençlerin ve çocukların çevrim içi ortamda karşılaştıkları riskler de değişkenlik göstermekte ve her geçen gün farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bu risklerin en önemlilerinden birisi de siber zorbalıktır.

İmkânlarının artması, eğlence, oyun gibi konularda kolaylık ve fayda sağlamaktadır. İnternetin sağladığı faydalar bakımından insan yaşamını kolaylaştırmasının yanı sıra bilinçsiz kullanımı risk ve tehditleri de beraberinde getirmektedir.

Kovid-19 salgın dönemi de bu anlamda iş, alışveriş ve eğitim faaliyetlerinin internet kullanımını artırmasıyla beraber bu riskleri hem çoğaltmış hem daha görünür hâle getirmiştir. TÜİK'in 2021 yılında yayınladığı Hane Halkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırmasına göre; internete erişim imkânı olan hane oranının geçtiğimiz yıl %90,7 iken bu yıl %92, internet kullanan 16-74 yaş arası bireylerin oranının ise geçtiğimiz yıl %79,0 iken bu yıl %82,6 olduğu belirtilmiştir<sup>1</sup>.

İnternet kullanımının 2 yaşa kadar indiği ülkemizde özellikle gençlerin ve çocukların çevrim içi ortamda karşılaştıkları riskler de değişkenlik göstermekte ve her geçen gün farklı şekillerde ortaya çıkmaktadır. Bu risklerin en önemlilerinden birisi de siber zorbalıktır. Siber zorbalık; bilgi ve iletişim teknolojileri araçlarını (e-posta, anlık mesajlaşma, SMS, sohbet odaları, bloglar, forumlar ve sosyal ağlar) kullanmak sureti ile bireyin tehdit, taciz, utandırma, dışlama, aşağılama, izinsiz fotoğraf paylaşımı, negatif yorum, düşmanca çevrim içi ileti, utanç verici kaba davranışları kendisini savunma gücüne sahip olmayan bir başka birey veya gruba



yönelik olarak kasıtlı bir şekilde gerçekleştirilmesi yoluyla gösterilen saldırgan davranışları ifade etmektedir.

Psikolojik bir şiddet türü olan siber zorbalık, mağdurlar üzerinde psikolojik ve sosyal anlamda yarattığı tahribat ile çocukların fiziksel ve ruhsal gelişimine yönelik ciddi tehditlere yol açabilmektedir. Siber zorbalığa maruz kalan birey, çoğu zaman kendisine zarar veren kişinin kim olduğunu bilememektedir. Bu saldırıda saldırganın çevrim içi platformlarda kimliğini "gizli" tutabilmesi, bu sosyal platformların denetlenememesi ve gözetlenememesi sebebiyle gerçek hayatta davranamayacağı kadar rahat davranış sergileyebilmesi, siber zorbalık saldırısını kolaylaştıran imkânlar sağlamaktadır.

Sanal kimlik oluşturarak dijital ayak izlerinin araştırılıp bulunabileceği veya herhangi bir tepki alabileceği korkusu olmadığı için saldırganlar, daha korkutucu ve taciz edici olabilmektedir. Fakat her ne kadar siber zorbalığın takibinin yapılamadığı düşünülse de bu kişilerin dijital platformlarda her zaman izi kalmaktadır. Bu da süreci fark edip gereken takibi yapma, istismarın durdurulmasını sağlayacak ipuçlarını elde etme konusunda adli takibi yapan birimlere fırsat sunmaktadır.

İnternet kullanıcısı olan genç ve çocuklar, karşılaştıkları durumların bir siber zorbalık olduğunu ve bunun adli bir suça konu teşkil

1 [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-\(ICT\)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-(ICT)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2021-37437)

ettiğini çoğu zaman fark edememektedir. Söz konusu durum çok karışık ve ciddi tehdit içeren bir hâle gelmediği sürece bunun normal bir davranış, herkesin başına gelebilecek bir durum, sonu gelmeyen söz/eylem vb. gibi bir durum olduğunu düşünmekte; süreç içerisinde daha saldırgan bir boyuta gelmesine ailesinden veya yakın çevresinden korktuğu için istemeden olsa rıza gösterebilmekte; ancak son noktada durum adli birimlere iletilmektedir. Bu anlamda “siber zorbalık” olarak görülebilecek durumların özellikle gençlerin ve çocukların bilgilendirilmesi önemlidir.

Siber zorbalığa verilebilecek örnekler:

- Bir kişinin fotoğraf, mesaj, kişisel bilgileri gibi kişisel verilerini rızası olmadan sosyal platformlarda paylaşmak,
- Paylaşılan içeriklere olumsuz yorumlar yazmak,
- Başkalarını aşağılayıcı, alay edici, öfke dolu, şiddet içeren mesajlar göndermek,
- Kişilerin sosyal platform hesap şifrelerini ele geçirmeye çalışmak,
- Ortak tanıdıkları etkileyerek hedef olarak seçilen bireyi arkadaş listelerinden silmelerini ve engellemelerini sağlayarak sosyal olarak dışlamak

gibi başlıca örnekler verilebilir.

Siber zorbalık davranışını sergileyen bireylerin özgüven eksikliği, düşük benlik algısı, sosyal kaygı ve sosyal dışlanmışlık durumunda olması, aile içi olumsuz durumlar veya aile tarafından fark edilmeme gibi kişisel problemlerinin olduğu veya bu kişilerin daha önceden siber zorbalık ile karşılaşmış ve bu durumdan zarar görmüş oldukları görülmektedir.

İnternet kullanımının her geçen gün, küreselleşmenin de etkisi, mecburiyeti ve yaygınlaşmasıyla birlikte siber zorbalığın da farklı ülkelerde farklı örneklerle de olsa dünya çapında yaygınlaştığı dikkat çekmektedir. Öyle ki 4 Eylül

**Siber zorbalık sonucunda mağdur olan bireylerin arkadaşlarına karşı güven duygularını yitirdikleri, konsantrasyon düşüklüğü, uyku bozukluğu veya kendilerini yalnız hissettikleri gibi olumsuz durumlarla karşılaşmaları görülmektedir.**

2019’da – UNICEF ve BM Genel Sekreteri Çocuklara Yönelik Şiddet Özel Temsilcisi (SRSG) tarafından açıklanan anket sonuçlarına göre 30 ülkede her üç gençten biri çevrim içi zorbalığa maruz kalmakta, her beş çocuktan biri de siber zorbalık ve şiddet gibi nedenler yüzünden okula gidemediğini belirtmektedir <sup>2</sup>.

Türkiye’de ise ortaokul öğrencilerinin siber zorbalık konusundaki algı ve farkındalıklarını ölçmeyi amaçlayan ve Kocaeli Üniversitesi’nde TÜBİTAK’ın desteğiyle yürütülen Siber Zorbalık araştırmasının sonuçlarına göre; araştırmaya katılan öğrencilerin %11.64’ünün sözlü siber zorbalığa maruz kaldığı, yaklaşık %56,5’inin internette tanımadığı kişilerle konuştuğu görülmüştür.

Araştırmaya katılan öğrencilerin %57,6’sının sosyal ağlarda “kullanıcıyı şikâyet et/bildir” linkini kullanarak söz konusu kişileri şikâyet buldukları; şikâyet etme nedenleri arasında ise sözlü tacizin ilk sırada yer aldığı görülmüştür. Öğrencilerin %32,5’inin siber zorbalığa maruz kalmaları durumunda kanıt içeriği silme davranışına yöneldiği görülmüş; kız öğrencilerin %16’sının erkek öğrencilerin ise %30,5’inin siber zorbalığa maruz kalmaları hâlinde misilleme yoluyla zorbalığa karşılık vermeyi uygun bulduğu sonucuna ulaşılmıştır. Siber zorbalığa maruz kalanların %41’i bu durumu öncelikle arkadaşlarıyla paylaşacaklarını; %37’si bu durumu ailelerine bildireceklerini; %15’i ise öğretmene söylemeyi tercih edeceklerini ifade etmiştir <sup>3</sup>.

<sup>2</sup> <https://www.unicef.org/turkey/basim-bultenleri/unicef-anketi-30-ülkedeki-gençlerin-üçte-birinden-fazlası-çevrimiçi-zorbalık>

<sup>3</sup> <http://tbv.org.tr/siber-zorba-olma-farkinavar>



Siber zorbalık sonucunda mağdur olan bireylerin arkadaşlarına karşı güven duygularını yitirdikleri, konsantrasyon düşüklüğü, uyku bozukluğu veya kendilerini yalnız hissettikleri gibi olumsuz durumlarla karşılaştıkları görülmektedir. Dolayısıyla sürecin internet kullanımına başlamadan ve internet kullanımı boyunca farkındalık ve belirli bir bilinç durumu ile kontrol altında tutulması elzemdir.

Siber zorbalık ile karşılaşılması için;

- İletişim araçları ve internet bilinçli kullanılmalı,
- Sosyal platformlarda tahmin edilmesi zor kullanıcı şifreleri belirlenmeli,
- Kişisel bilgiler başka sosyal medya kullanıcıları ile paylaşılmamalı,
- Kimliği bilinmeyen e-postalara dikkat edilerek ve sahte hesap olma ihtimalini göz önünde bulundurularak yaklaşılmalı,
- Yabancıardan gelen arkadaşlık teklif ve iletileri kabul edilmemeli,
- Sosyal platformlarda atılan her adımın gerçek hayatta karşılığı olduğu ve
- “Ortam sanal olsa da işlenen suç gerçektir!” ilkesi unutulmamalı,

- Bilgisayarlara virüs ve casus yazılımları engelleyici programlar yüklenerek güvenlik duvarı etkin hâle getirilmeli,
- Sosyal platformların gizlilik ayarlarında düzenlemeler yaparak profili kimlerin görebileceği, kimlerin mesaj iletebileceği veya kimlerin paylaşımlara yorum yapabileceği düzenlenmeli,
- Yabancı kişi veya kurumlardan gelen mesaj, eklenti dosyaları virüs taramasından geçirilmeden açılmamalıdır.

Siber zorbalık yalnızca mağdurlar ve zorbalılar arasında yaşanan bir durum olmamakla birlikte; zorbalığı başlatmayan ancak sürece herhangi bir şekilde katılan, destek veren, mağduriyetin artmasına sebep olan herkesi de kapsamına almaktadır. Tanık olan kişiler zorbalık içeren paylaşımları beğenerek ya da tekrar paylaşarak siber zorbalığı yaymayı ve aslında suç işlemeyi tercih edebilecekleri gibi, bu paylaşımlara karşı çıkararak zorbalığı durdurabilmeyi de tercih edebilirler.

Türk Ceza Kanununda siber zorbalık davranışına uygulanabilecek pek çok hüküm bulunmaktadır. Örneğin; İntihara yönlendirme (Madde 84), Tehdit (Madde 106), Ayrımcılık (Madde 122), Kişilerin huzur ve sükûnunu bozma (Madde 123), Hakaret

Bilgiye erişim ve bilginin kullanılması amacının dışında bilginin yayılması ve bu bilginin deformasyona açık olması sebebiyle birçok tehdidi barındıran bu ortamların kullanımı noktasında özellikle çocuk ve genç bireylerin bilinçlendirilmesi gerek psikolojik gerekse de bu bireylerin içinde bulunduğu sosyokültürel ortamın refahı için önemlidir.

veya sövme (Madde 125), Kişiler arasındaki konuşmaların dinlenmesi ve kayda alınması (Madde 133), Özel hayatın gizliliğinin ihlali (Madde 134), Kişisel verilerin kaydedilmesi (Madde 135) bu hükümlerden bazılarıdır<sup>4</sup>.

Siber zorbalığa maruz kalındığında yapılması gereken ilk şey bu davranışı sergileyen kişiyle derhal iletişimi kesmek, zorbalık yapan bireyin tekrar iletişime geçmesini önlemek için kişiyi sosyal platformlardan engelleyerek şikâyet etmek, güvenilir biriyle durumu paylaşmak, hukuki süreci başlatmak için zorbalık içeriklerine konu olan materyalleri muhafaza etmek gerekmektedir.

## Sonuç

Sanal platformların kullanım ve erişim imkânının fazla olması, kullanım yaşının düşük olması ve bu platformların denetlenebilirliğinin bir anlamda düşük olması sebebiyle kullanımı yanında risk türleri de her geçen gün artmaktadır. Bilgiye erişim ve bilginin kullanılması amacının dışında bilginin yayılması ve bu bilginin deformasyona açık olması sebebiyle birçok tehdidi barındıran bu ortamların kullanımı noktasında özellikle çocuk ve genç bireylerin bilinçlendirilmesi gerek psikolojik gerekse de bu bireylerin içinde bulunduğu sosyokültürel ortamın refahı için önemlidir.

Bu anlamda özellikle eğitimin dijitalleşmesi ve dolayısıyla bilgisayar başında denetimli/denetimsiz



geçirilen sürelerin uzaması ile birlikte, gençlerin ve çocukların internet kullanımının denetlenmesi ve aslında bu noktada daha önemlisi, bu kişilerin internetin olası tehditlerine karşı bilinçlendirilmesi gerekmektedir. Bu kapsamda, EGM Siber Suçlarla Mücadele Daire Başkanlığımız bünyesinde yer alan Siberay Projesine ait sosyal medya hesapları [@SiberayEGM (Twitter), @siberayegm (Instagram), @siberayegm (Facebook)] üzerinde gerekli bilgilendirme çalışmaları yapılmaktadır. Gerek hukuki gerekse de psikolojik etkileri ve sonuçları bakımından yapılacak olan bu bilinçlendirme ile sanal zorbalığın büyük oranda önüne geçilebileceği, caydırıcı düzenlemelerle suçun önlenmesinin sağlanabileceği düşünülmektedir.

## Kaynakça

- [https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-\(ICT\)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2021-37437](https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Survey-on-Information-and-Communication-Technology-(ICT)-Usage-in-Households-and-by-Individuals-2021-37437)(Erişim Tarihi: 27.10.2021)
- <https://www.unicef.org/turkey/basın-bültenleri/unicef-anketi-30-ülkedeki-gençlerin-üçte-birinden-fazlası-çevrimiçi-zorbalık> (Erişim Tarihi: 27.10.2021)
- <http://tbv.org.tr/siber-zorba-olma-farkinavar/> (Erişim Tarihi: 27.10.2021)
- <https://www.hukukihaber.net/makale/bir-hukukcu-gozuyle-siber-zorbalik-kavrami-h87753.html> (Erişim Tarihi: 27.10.2021)

4 <https://www.hukukihaber.net/makale/bir-hukukcu-gozuyle-siber-zorbalik-kavrami-h87753.html>





**Doç. Dr. Fikret YAZICI**  
Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi Dekan Yardımcısı

TEKTİPLEŞTİREN  
SOSYAL MEDYADA

**TÜRKÇE ÜZERİNE**

**DÜŞÜNMEK**

*Anahtar kelimeler: Türkçe, yeni medya, sosyal paylaşım ağları, kültürel emperyalizm, sosyal medya dili*

*Dijital çağın baş döndürücü bir hızla toplum yaşamına yön verdiği günümüz dünyasında ortaya çıkan en rahatsız edici kavram “tektipleştirme” olarak belirmektedir. Sosyal paylaşım ağlarının sürekli olarak gerçeği manipüle eden doğası, dünya ekonomisinin seçkinlerine “rıza”yı yeniden ve yeniden üretme imkânı vermektedir.*



**B**ireysel görüş ve fikirlerin yayımlandığı sosyal medya uygulamaları, kişisel günlükler olarak açılan bloglar, internet kullanıcılarının birikimlerini aktardığı çevrim içi platformlar, özel fotoğraf ve video içeriklerinin üretildiği ve paylaşıldığı siteler ve daha niceleri... Dijital çağın baş döndürücü bir hızla toplum yaşamına yön verdiği günümüz dünyasında ortaya çıkan en rahatsız edici kavram “tektipleştirme” olarak belirmektedir. Sosyal paylaşım ağlarının sürekli olarak gerçeği manipüle eden doğası, dünya ekonomisinin seçkinlerine “rıza”yı yeniden ve yeniden üretme imkânı vermektedir.

Sosyal ağlar içinde kaybolan, sosyalleştikçe bireyselleşen ve sanal dünyanın illüzyonları ile tatmin olan günümüz insanı; küresel ideolojinin tektipleştirici kodlarını her geçen gün daha çok benimsemektedir. Bu negatif anlamdaki dönüşüm yeme-içme alışkanlıklarından eğlenceye, giyim-

“Dilin kendine özgü sözdizimi, yazım kuralları ve estetiği altüst edilmekte; yerine simge ve sembol ağırlıklı tektipleştirilmiş “emoji” jargonu ikame edilmektedir. Özellikle “Z nesli”, yazmak yerine fotoğraf, görsel ve imajlar yoluyla iletişim kurmayı daha çok tercih etmektedir.



kuşam rutinlerinden ev dekorasyonuna varıncaya kadar gündelik yaşam pratiklerini etkilemektedir. Daha önceleri geleneksel medya mecralarını kullanan hegemonya odaklı küresel güçler artık; hızın, paylaşımın ve erişimin çok daha etkili olduğu sanal ortamları tercih etmeye başlamışlardır.

Kültürel emperyalizmin yeniden vücut bulduğu sosyal paylaşım ağları, en çok da insanların yazılı ve sözlü olarak iletişim kurduğu “dil”i olumsuz etkilemektedir. Kültürel kimliğin başat göstergesi olarak dil, yapısal ve söylensel olarak ciddi bir dezenformasyonla karşı karşıya kalmaktadır. Dilin kendine özgü söz dizimi, yazım kuralları ve estetiği altüst edilmekte; yerine simge ve sembol ağırlıklı tektipleştirilmiş “emoji” jargonu ikame edilmektedir. Özellikle “Z nesli”, yazmak yerine fotoğraf, görsel ve imajlar yoluyla iletişim kurmayı daha çok tercih etmektedir. Böylece duygu ve düşünce odaklı kültürel üretimler biçim değiştirmekte ve sosyal

“Sosyal paylaşım ağlarında dikkat edilmeyen yazım yanlışları, kullanılmayan noktalama işaretleri, belirli bir karakter uzunluğuna sığdırılmaya çalışılırken yapılan kısaltmalar ve her duruma uydurulan “emoji” modasıyla birleşen özensizlik adeta kendi Türkçesini oluşturan bir yapıyı ortaya çıkarmaktadır.



medyanın aracılık ettiği yeni bir “ifade” alanı oluşturulmaktadır. Her türlü engelden arınmış, özgürlükçü ve demokratik bir mecra olarak sosyal medya, özünde “dil”i geri dönülmez yaralar açan bir yapı bozumuna uğratmaktadır.

Türkçe ifade gücü açısından azımsanmayacak seçenekler sunan zengin bir dildir. Özellikle söyleyiş esnasında duygu ve düşünceleri açıklığa kavuşturacak ve anlaşılmayı kolaylaştıracak birçok özellik aynı anda kullanılmaktadır. Ancak, sosyal paylaşım ağlarında dikkat edilmeyen yazım yanlışları, kullanılmayan noktalama işaretleri, belirli bir karakter uzunluğuna sığdırılmaya çalışılırken yapılan kısaltmalar ve her duruma uydurulan “emoji” modasıyla birleşen özensizlik adeta kendi Türkçesini oluşturan bir yapıyı ortaya çıkarmaktadır. Çekilen videolarda da aynı özensiz

“1990’ların başında özel radyo ve televizyon kanallarının toplum yaşamına girmesiyle beraber Türkçenin ağır yaralar aldığı kuşku götürmez bir gerçektir.

tavri görmek mümkündür. Hollywood filmlerinden esinlenen replikler, komik olma uğruna yapılan boğumlanma bozuklukları, çok izlenmek için kullanılan argo vb. tüm bu dil yanlışlarının ısrarla devam etmesi ve yaygınlaşması; millî kültürü, millî kimliği ve millî hafızayı zayıflatmaktadır.



Türkçeye karşı sosyal medyada gerçekleşen bu özensiz yaklaşımın sonucu olarak ortaya çıkan başat problemleri şu şekilde sıralamak mümkündür:

- Batı dillerinde kullanılan moda kavramlara öykünme,
- Türkçede bulunmayan harflerin kullanılması,
- Argo ve küfürlü ifadelerin sıradanlaşması,
- Ünlü ya da ünsüz harflerin kullanılmaması,
- Duygu ve düşüncelerin sadece emojilerle dışa vurulması,
- İmla işaretlerinin göz ardı edilmesi,
- Cümle içindeki tüm kelimelerin kısaltılması,
- Anlam, yapı ve söz dizimi bozukluğu,
- Abartılı yerel-yöresel ağzların kullanılması,
- Anlamsız yeni kelime türetilmesi.

1990'ların başında özel radyo ve televizyon kanallarının toplum yaşamına girmesiyle beraber Türkçenin ağır yaralar aldığı kuşku götürmez bir gerçektir. Dönemin tartışmaları manken ya da

şarkıcıların bozuk diksiyonlarına rağmen ekranlara çıkması, şarkı sözlerindeki argo ve müstehcen kelimeler ve filmlerdeki dublaj Türkçesinin çocuk ve gençleri olumsuz etkilediğini belirten davranışsal kültür pratiklerine yönelikti. Pabucu dama atılan gazeteler ise küçülmeye giderek redaktörlerin işine son vermiş ve haber metinlerinin dil bilgisi ve imla hassasiyeti yükümlülüğünü sayfa sekreterlerinin eline bırakmıştı. Böylesi bir atmosferde sadece ekrana çıkan ya da mikrofon önüne geçen spiker, sunucu, siyasetçi, gazeteci ve sanatçıların omuzlarına yüklenen Türkçeyi güzel konuşma ve yazma sorumluluğu, bugün ciddi bir odak değişimi yaşamış ve sanal âlemi kullanan tüm bireylerin omuzlarına yüklenmiştir. Elbette alınacak çok fazla önlem var. Eğitim sisteminde sözlü ve yazılı anlatımların merkeze alındığı yaklaşımlar, medya ve dijital medya okuryazarlığı eğitimlerinin her türlü örgün ve yaygın eğitim planlarının içine dâhil edilmesi, medya hizmet sağlayıcıların Türkçenin güzel ve doğru kullanılmasına yönelik teşvik edici yayın içeriklerine yer vermesi bunlardan bazılarıdır. Düzenleyici ve denetleyici kurum ve kuruluşların dil kullanımına yönelik özendirici ve teşvik edici yeni politikalar geliştirmesi de kalıcı katkılar sağlayacaktır.

TÜRKİYE

KÜLTÜR PORTALI

Tuğba Nur YERLİ  
RTÜK İletişim Dergisi Yayın Kurulu Üyesi



İnternet sitesinin yanı sıra değişen medya kullanım alışkanlıklarına uyum sağlayarak Instagram, Twitter, Facebook ve Youtube hesaplarıyla da varlık gösteren Portalda, farklı içeriklere sahip birçok başlık yer almaktadır.



Çingene Kızı Mozaığı/Zeugma Mozaik Müzesi - Gaziantep

**T**ürkiye Kültür Portalı, “Bilgi Toplumu Stratejisi (2006-2010) Eylem Planı” hedefleri doğrultusunda, 2015 yılında Kültür ve Turizm Bakanlığı tarafından oluşturulmuştur. Portalda yer alan bilgiler, İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri ile çeşitli kamu kurumlarından aktarılmaktadır.

İnternet sitesinin yanı sıra değişen medya kullanım alışkanlıklarına uyum sağlayarak Instagram, Twitter, Facebook ve Youtube hesaplarıyla da varlık gösteren Portalda, farklı içeriklere sahip birçok başlık yer almaktadır. Binlerce yıllık geçmişe sahip ülkemizin sahip olduğu zenginlikler fotoğraf, video, metinler ve ses dosyası formatlarında kullanıcılara sunulmaktadır.

Kültür Portalı incelendiğinde 81 ile ait tarihi, kültürel ve turistik bilgilerin yanı sıra; Arkeoloji ve Tarih, Dil ve Edebiyat, Geleneksel Mutfak, Gezilecek Yerler, Halk Kültürü, Kültürel Miraslarımız, Sanat, Seyahat Hatırası, Turizm Aktiviteleri, UNESCO’da Türkiye, Müzeler, Coğrafi İşaretili Ürünler ve Türk Süsleme Sanatları bölümleri çok sayıda fotoğraf ve video ile kullanıcıları karşılamaktadır. Söz konusu bölümlere

“Binlerce yıllık tarihinde sayısız medeniyete ev sahipliği yapan Medeniyetler Beşiği ülkemiz, UNESCO Dünya Miras Listesinde de yer alarak korunmaya değer bulunan birçok kültürel varlığa sahiptir.

ilişkin uzmanlar tarafından kaleme alınmış birçok makale, e-kitap ve metin de Portal bünyesinde yer almaktadır. Editörün Seçimi bölümü kullanıcıların seyahat rotalarına rehber nitelikte yazılar, görseller içerirken; Haritada Keşfet bölümüyle kullanıcılar





Göbeklitepe Arkeolojik Alanı – Şanlıurfa

gidecekleri illeri kolaylıkla harita aracılığıyla keşfedebilmektedir.

Binlerce yıllık tarihinde sayısız medeniyete ev sahipliği yapan Medeniyetler Beşiği ülkemiz, UNESCO Dünya Miras Listesinde de yer alarak korunmaya değer bulunan birçok kültürel varlığa sahiptir. Kültür Portalı doğal, kültürel ve tarihi değerler ile sahip olduğumuz zengin kültürü gelecek nesillere ve dünyaya tanıtmada köprü görevi görmekte olup gelişen teknoloji ile bilgiye erişimin daha kolay bir hâle geldiği bilgi çağında kullanıcıların ziyaretini bekliyor.

Kaynakça:

1. Ayasofyâi Kebir Camii Şerifi - İstanbul, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/istanbul/gezilecekler/ayasofya-muzesi>
2. Zeugma Mozaik Müzesi - Gaziantep, <https://www.kulturportali.gov.tr/turkiye/gaziantep/gezilecekler/zeugma-mozaiik-muzesi>
3. Göbeklitepe Arkeolojik Alanı - Şanlıurfa, <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/dunya-mirasi-gobeklitepe->
4. Göreme Milli Parkı ve Kapadokya, <https://www.kulturportali.gov.tr/portal/gorememilliparkivekapadokya>

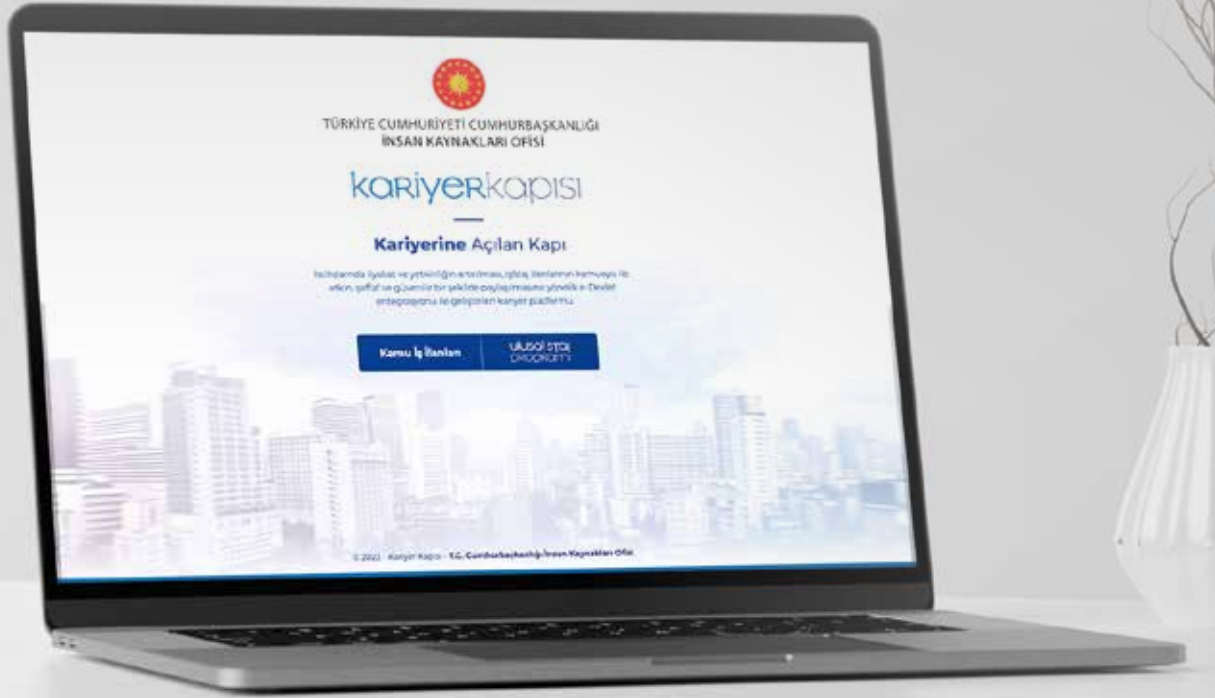


Ayasofya-i Kebir Camii Şerifi - İstanbul

# KARİYER

# KAPISI

**Senanur EMİROĞLU**  
RTÜK İletişim Dergisi Yayın Kurulu Üyesi



**K**ariyer Kapısı, iş ve staj ilanlarının kamuoyu ile paylaşımında şeffaflığın, etkinliğin ve güvenilirliğin temini için e-Devlet uyumu ile geliştirilen dijital kariyer platformudur. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi tarafından geliştirilen, e-Devlet sistemine erişimi olan tüm vatandaşların ve kamu kurum ve kuruluşlarının hizmetine ücretsiz olarak sunulan Kariyer Kapısı platformu ile istihdamda yetkinlik ve liyakatin artırılması hedeflenmektedir. Özellikle kamu istihdamında, liyakatin ön planda olacağı bir biçimde fırsat eşitliğinin sağlanması; staj imkânları da dâhil olmak üzere kamu kurumlarındaki tüm kariyer olanaklarının tek kapıda toplanması ve bu sayede erişimin kolaylaştırılması, başvuruların standartlaştırılması amaçlanmaktadır.

Kariyer Kapısı ile adaylar, tüm detayları platform üzerinde görüntülenebilen kamu kurum ve kuruluşlarının ilanlarına, e-Devlet şifresi ile giriş yaparak başvurabilmektedir. Başvurunun ardından işe alım süreçleri mevzuat ile belirlenen usul ve esaslar çerçevesinde iş ilanını açan kurumlar tarafından platform üzerinden takip edilecek şekilde yürütülmektedir. Ayrıca üniversiteli öğrenciler için de Staj Seferberliği Programı ile tüm kamu kurumlarının ve özel sektörden gönüllü işverenlerin sağladığı staj imkânları ulaşılabilir hâle gelmiştir. Kariyer Kapısı üzerinden ulaşılan Staj Seferberliği Programı ile zorunlu staj gerektiren teknik bölümler dışındaki bölümlerde de staj uygulamasının yaygınlaştırılması, ulusal ve uluslararası firmalarımızın yanı sıra KOBİ ve girişimcilerin (“start-up”lar) yetenek açığı konusunda yaşadıkları sorunların azaltılması hedeflenmektedir. Staj teklifi gönderme aşamasında adayların kimlik



Kariyer Kapısı Platformu Tanıtım Afisi

bilgileri işverenlerin erişimine açılmamaktadır. Bu sayede adaylar sadece sahip oldukları nitelikler özelinde değerlendirilmekte ve fırsat eşitliğine sahip olmaktadır.

Kariyer Kapısı; kamu kurumları başta olmak üzere işverenleri, üniversite öğrencilerini ve üniversite kariyer merkezlerini bir araya getirmektedir. Kamu kurumları, sistem altyapısında yer alan KAYSİS entegrasyonu sayesinde bağlı oldukları üst kurumlar tarafından sisteme tanımlanabilmektedir. Özel sektör işverenlerinin sisteme tanımlanma işlemleri kariyerkapisi@cbiko.gov.tr adresine talep göndermeleri hâlinde yapılmaktadır. Öğrenciler ise Kariyer Kapısı platformu ana sayfasında yer alan “Aday Kayıt” butonu ile sistem kayıtlarını oluşturabilmektedir. Kariyer Kapısı platformu, işe alım süreçlerinin; başvuru, değerlendirme, yerleştirme gibi tüm aşamalarının etkin, şeffaf ve izlenebilir bir şekilde yürütülmesini ve kamuoyu ile paylaşılmasını sağlaması yönüyle dikkat çekmektedir.

#### Kaynakça:

Kullanılan örnek görseller için bkz. T.C. Cumhurbaşkanlığı İnsan Kaynakları Ofisi resmi sosyal medya hesapları.

# KORUYUCU SEMBOL

## SİSTEMİ

**Bahar KARACA**

RTÜK İletişim Dergisi Yayın Kurulu Üyesi

*6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanununun 3'üncü maddesinin birinci fıkrasının (j) bendinde Koruyucu Sembol, "Yayın hizmetinin içeriği hakkında izleyicilerin bilgilendirilmesi amacıyla medya hizmet sağlayıcılar tarafından kullanılan ortak semboller" olarak tanımlanmıştır.*



“Akıllı İşaretler sistemi yayıncılara yayın içeriğine uygun koruyucu sembolü kullanma, ebeveynlere ise çocuklarının izlediği programları Akıllı İşaretler yardımıyla denetleme ve çocuklarını kendi yaş gruplarına uygun yayınları izlemeleri için yönlendirme görevi vermektedir.



Aynı Kanununun 24’üncü maddesinin birinci fıkrasında, “Medya hizmet sağlayıcılar, koruyucu sembol sistemi kullanarak, izleyicileri program hizmetlerinin içeriği hakkında sesli veya yazılı olarak bilgilendirir” ifadesiyle yayıncılara yükümlülük getirilmiştir.

“Akıllı İşaretler” adıyla da bilinen Koruyucu Semboller, televizyon yayınlarının içeriği ve bu içeriklerin uygun olduğu yaş grubu hakkında izleyicileri bilgilendirmeyi amaçlayan görsel-ışitsel uyarı sistemini ifade etmektedir. Koruyucu Sembol sisteminin geliştirilmesi ile çocuk ve gençlerin bilişsel gelişimini olumsuz etkileyebilecek programlar hakkında ebeveynlerin bilgi sahibi olma ve muhtemel zararlı içerikler hakkında önceden uyarılma talepleri karşılanmaktadır.

Akıllı İşaretler sistemi hem yayıncılara hem de ebeveynlere sorumluluk yüklemektedir. Söz konusu sistem ile yayıncılara yayın içeriğine uygun koruyucu sembolü kullanma, ebeveynlere ise çocuklarının izlediği programları Akıllı İşaretler yardımıyla denetleme ve çocuklarını kendi yaş gruplarına uygun yayınları izlemeleri için yönlendirme görevi verilmektedir. Bu hususta ebeveynler, çocuklar ve

gençler olmak üzere herkesin semboller ve anlamları hakkında detaylı bilgiye ulaşabilmeleri için Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından “Akıllı İşaretler” internet sitesi kurulmuştur.<sup>1</sup>

“Akıllı İşaretleri Kodlayıcı Uygulama Rehberi”nde yer alan “Akıllı İşaretler Uygulama Esas ve İlkeleri”nde sistemdeki sınıflandırmanın “Yaş ve içerik gruplarını belirten sembollerin birlikte kullanılması suretiyle” yapıldığı belirtilmektedir.<sup>2</sup> İçerik grupları; şiddet ve korku, cinsellik ve olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar (ayrımcılık, alkol ve sigaranın aşırı kullanımı, madde kullanımı, yasa dışı davranışlar ile kaba konuşma veya küfür) olarak belirlenmiştir. Çocuk ve gençlerin pedagojik gelişim süreçleri göz önünde bulundurularak yaş grupları, Genel izleyici, 7 yaş, 13 yaş ve 18 yaş üzeri olmak üzere dört grupta ele alınmıştır.<sup>3</sup>

## Yaş Grubunu Tanımlamaya Yönelik Koruyucu Semboller Genel İzleyici Kitle

“Genel İzleyici Kitle” sembolü kullanıldığı programın içeriğinin her yaş grubundan izleyici kitle için uygun olduğunu belirtmektedir.



1 Akıllı İşaretler İnternet Sitesi, “Akıllı İşaretler Nedir?” <https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/home> Erişim Tarihi: 23.12.2021  
 2 Akıllı İşaretleri Kodlayıcı Uygulama Rehberi, Birinci Bölüm, Akıllı İşaretler Uygulama Esas ve İlkeleri <https://www.rtuk.gov.tr/akilli-isaretleri-kodlayici-uygulama-rehberi/3840> Erişim Tarihi: 23.12.2021  
 3 Akıllı İşaretler İnternet Sitesi, “Akıllı İşaretler Nedir?” <https://www.rtukisaretler.gov.tr/AIsaretlerPublic/content?id=1&mid=3> Erişim Tarihi: 23.12.2021

### 7 Yaş ve Üzeri İçin

“7+” sembolü kullanıldığı programın içeriğinin 7 yaş ve üzerindeki izleyiciler için uygun olduğunu belirtmektedir. 7+ sembolünü taşıyan programlar günün her saati yayınlanabilmektedir.



### 13 Yaş ve Üzeri İçin

“13+” sembolü kullanıldığı programın içeriğinin 13 yaş ve üzerindeki izleyiciler için uygun olduğunu belirtmektedir. 13+ sembolü taşıyan programlar 21:30 – 05:00 arası yayınlanabilmektedir.



### 18 Yaş ve Üzeri İçin

“18+” sembolü kullanıldığı programın içeriğinin 18 yaş ve üzerindeki izleyiciler için uygun olduğunu belirtmektedir. 18+ sembolü taşıyan programlar 24:00 – 05:00 arası yayınlanmaktadır.



## Yayın İçeriğini Tanımlamaya Yönelik Koruyucu Semboller

### Şiddet / Korku

Bu sembol yayın içeriğinde şiddet ve korku unsurlarının yer aldığını belirtmektedir.



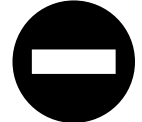
### Cinsellik

Bu sembol yayın içeriğinde cinsellik içeren eylemler veya cinsel içerikli konuşmaların yer aldığını belirtmektedir.



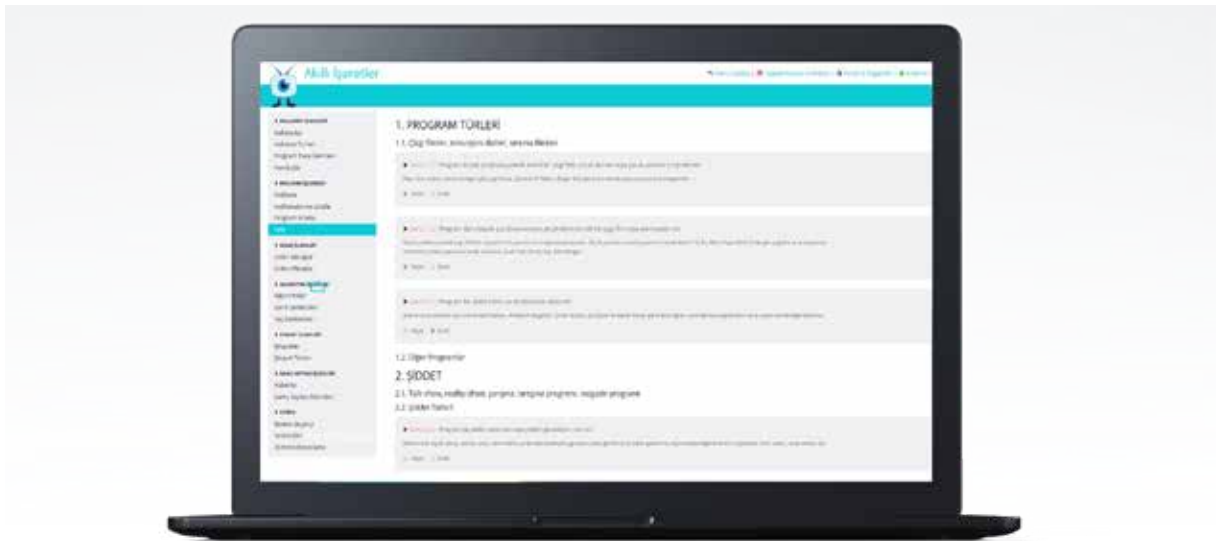
### Olumsuz Örnek Oluşturabilecek Davranışlar

Bu sembol yayın içeriğinde ayrımcılık, alkol ve sigaranın aşırı kullanımı, madde kullanımı, yasa dışı davranışlar ile kaba konuşma veya küfür gibi olumsuz örnek oluşturabilecek davranışların yer aldığını belirtmektedir.




## Sembollerin Yayıncı Kuruluşlar Tarafından Kodlanmasına İlişkin Süreç

Yayınlanacak programın içeriğinin, şiddet ve korku, cinsellik ve olumsuz örnek oluşturabilecek davranışlar gibi unsurlar içerip içermediği hususu da dikkate alınarak tanımlanması ve yayın içeriğine uygun yaş ve içerik gruplarını belirten sembollerin seçilebilmesi için bir soru formu geliştirilmiştir. Kodlama formu, medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar tarafından görevlendirilen ve eğitim programına katılmalarının akabinde sertifika sahibi olan kodlayıcılar tarafından elektronik ortamda doldurulmaktadır. Bu işlem sonucunda kullanılması gereken yaş ve içerik sembolleri otomatik olarak saptanmaktadır.<sup>4</sup>



4 Akıllı İşaretler İnternet Sitesi, “Akıllı İşaretler Nedir?” <https://www.rtukisaretler.gov.tr/AlisaretlerPublic/content?id=1&mid=3> Erişim Tarihi: 23.12.2021



Gelin tanış olalım  
İşi kolay kılalım  
Sevelim sevilelim  
Dünya kimseye kalmaz.

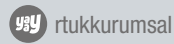
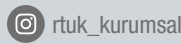
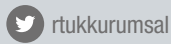
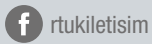
Yunus Emre



**RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU**  
Üniversiteler Mahallesi,1597. Cadde,  
No:13 Bilkent, Çankaya / Ankara

**Telefon 0312 297 50 00 Faks 0312 297 50 08**

**e-posta**  
**rtukiletisimdergisi@rtuk.gov.tr**



**rtuk.gov.tr**