



Srebrenitsa Soykırım Anıtı



### DOĞAL AFETLERDE YÖNETİŞİM VE MEDYA

Kübra GÜRAN YİĞİTBAŞI  
Aydınkarahisar Valisi



### ULUSLARARASI GELECEKLE İLETİŞİM ÇALIŞTAYI

Ebubekir ŞAHİN  
Radyo ve Televizyon Üst Kurulu Başkanı



### ENGELLİ BİREYLERİN YAYIN HİZMETLERİNE ERİŞİBİLİRLİĞİ

Mehmet DANIŞ  
RTÜK Üst Kurul Üyesi



### FULYA ÖZTÜRK İLE RÖPORTAJ

Gazeteci, Muhabir



### DİJİTAL GELECEĞİN ÖĞRENCİSİ

Prof. Dr. Adnan ALTUN  
Bolu İzzet Abant Baysal Üniversitesi, Akademisyen



### DİJİTAL DİSTOPYA: SESSİZ SİBER ZORBALIK SALGINIYLA MÜCADELE

Abdulkadir ÖZBEK  
Eğitimci, Vizyon Koleji Kurucusu



### GENÇLERİN MEDYA KULLANIM ALİŞKANLIKLARI

Deniz GÜLER  
RTÜK Kamuoyu, Yayın Araş. ve Ölçme Dairesi Başkanı



### BİR PARADİGMANIN İFLASI: GELENEKSEL MEDYA OKURYAZARLIĞI

Doç. Dr. Abdulkadir GÖLCÜ  
Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Öğretim Üyesi



TÜRKİYE  
CUMHURİYETİ'NİN  
100. YILI

29 EKİM 1923

*Kutlu Olsun*



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

## SUNUŞ

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, medya sektörüne katkı sunmak, izleyicilerin ve dinleyicilerin haklarını korumak misyonuyla çalışmalarına son hızla devam etmektedir. Bu doğrultuda 2021 yılından itibaren yazın hayatına devam eden ve büyük beğeni toplayan RTÜK İletişim Dergisi, önceki sayılarında “İslamofobi ile Mücadele”, “Türkçenin Korunması”, “Medya ve Çocuk” ve “Şiddetle Mücadele” gibi medya alanı için önem teşkil eden konuları işlemiştir. Beşinci sayısında ise medya ile bağlantılı pek çok soruna çözüm niteliğinde görülen “Medya Okuryazarlığı” konusu dosya konusu olarak belirlenmiştir.

6112 sayılı Radyo ve Televizyonların Kuruluş ve Yayın Hizmetleri Hakkında Kanun’da Radyo ve Televizyon Üst Kurulu’nun görevleri arasında medya okuryazarlığının toplumun bütün kesimlerinde yaygınlaştırılması amacıyla kamu kurumları ile iş birliği yapmak sayılmıştır. Bu görev kapsamında, Üst Kurul uzun yıllardır medya okuryazarlığı hususunda pek çok çalışma yürütmektedir. Medya okuryazarlığı; medya mesajlarına erişebilme, eleştirel bakış açısıyla değerlendirebilme ve kendi medya iletilerini üretebilme becerisidir. Özellikle dijitalleşen medya ortamında artan ve değişen medya içerikleri göz önünde tutulduğunda medya okuryazarlığı hiç olmadığı kadar önemli hâle gelmiştir. Üst Kurul yakın dönemde Milli Eğitim Bakanlığı ile medya okuryazarlığı, Aile ve Sosyal Hizmetler Bakanlığı’yla çocuklar ile dijital mahremiyet konulu protokoller imzalamıştır. Üst Kurul tarafından medya okuryazarlığı konusunda Dijital Çağda

Medya Okuryazarlığı Çalıştayları başta olmak üzere uluslararası ve ulusal düzeyde toplantılar düzenlenmiş ve farklı kuruluşlarca düzenlenen çalıştaylara da katılım sağlanmıştır. RTÜK İletişim Dergisinin yanı sıra RTÜK Medya ve Çocuk Dergisi’nin Ocak 2023’te yayınlanan ilk sayısında da çocukların medya okuryazarlığı yetkinliklerinin geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Medya okuryazarlığı yetkinliği, içinde yaşadığımız bilgi toplumunda artan dezenformasyon ve çocuklar öncelikli olmak üzere bireylerin karşılaşması muhtemel risklere karşı en önemli savunma aracı niteliğindedir. RTÜK proaktif bir yaklaşımla medya okuryazarlığı konusundaki çalışmalarıyla medyanın olası zararlı etkileri ile mücadelesini sürdürmektedir. Medya okuryazarlığı konusunda saygın yazarların önemli bakış açıları sundukları yazılarını yeni sayımızda değerli okurlarımızla buluşturmaktan kıvanç duyuyoruz. Bu önemli konuyu temel alan bu sayıda medya okuryazarlığı teması çocuklar ve gençler, dijital çağın getirdikleri ile geleneksel ve yeni medya bağlamlarında ele alınacaktır. Dergimize kıymetli katkılarını sunan Sayın Afyonkarahisar Valimiz Kübra GÜRAN YİĞİTBAŞI’na, kıymetli Üst Kurul Üyemiz Mehmet DANIŞ’e, akademisyenlerimize ve tüm yazarlarımıza şükranlarımı sunuyorum. RTÜK İletişim Dergisinin 5. sayısının hazırlanmasında görev alan dergi çalışma ekibine ve mesai arkadaşlarımıza emeklerinden ötürü teşekkür ediyorum. Dergimizin bu sayısının ve ileriki sayılarının Cumhuriyetimizin 100. yılına ve “Türkiye Yüzyılı” vizyonuna yaraşır biçimde devam etmesini temenni ediyorum.

## İÇİNDEKİLER

1

**SUNUŞ**

Ebubekir ŞAHİN

4

**DOĞAL AFETLERDE  
YÖNETİŞİM VE  
MEDYA**

Kübra GÜRAN YİĞİTBAŞI

14

**ULUSLARARASI  
GELECEKLE İLETİŞİM  
ÇALIŞTAYI**

Ebubekir ŞAHİN

22

**ENGELLİ BİREYLERİN  
YAYIN HİZMETLERİNE  
ERİŞEBİLİRLİĞİ**

Mehmet DANIŞ



30

**DİJİTAL GELECEĞİN  
ÖĞRENCİSİ**

Prof. Dr. Adnan ALTUN



38

**FULYA ÖZTÜRK İLE  
RÖPORTAJ**

Sevde Nur ÖZKAN



48

**YEREL VE BÖLGESEL  
YAYINCILAR  
BULUŞMASI**

Dr. İbrahim USLU



54

**DİJİTAL DİSTOPYA:  
SESSİZ SİBER  
ZORBALIK  
SALGINIYLA  
MÜCADELE**

Abdulkadir ÖZBEK



58

**GENÇLERİN  
MEDYA KULLANIM  
ALİŞKANLIKLARI**

Deniz GÜLER



66

**BİR  
PARADİGMANIN  
İFLASI:  
GELENEKSEL  
MEDYA  
OKURYAZARLIĞI**

Doç. Dr. Abdulkadir GÖLCÜ



72

**GERÇEK VE  
HAYAT  
ARASINDA  
MEDYA  
OKURYAZARLIĞI**

M. Fatih KILIÇASLAN



# RTÜK İletişim Dergisi

RADYO VE TELEVİZYON ÜST KURULU  
(RTÜK)

RTÜK İLETİŞİM DERGISİ

ISSN: 2791 - 6995

Sayı: 05

Radio ve Televizyon Üst Kurulu Adına  
İmtiyaz Sahibi

**Ebubekir ŞAHİN**

Üst Kurul Başkanı

**Genel Yayın Yönetmeni**

Dr. İbrahim USLU

Üst Kurul Başkan Yardımcısı

**Sorumlu Yazı İşleri Müdürü ve Editör**

Melike YİĞİT BAKIR

Üst Kurul Uzmanı

**Danışma Kurulu**

Hayri GENÇ, Özel Kalem Müdürü

Ertan ÖMEROĞLU, Basın Müşaviri V.

**Yayın Kurulu**

Beyzanur KONUK, Üst Kurul Uzman Yardımcısı

Nisa Zülal YALIM, Üst Kurul Uzman Yardımcısı

Senanur EMİROĞLU, Üst Kurul Uzmanı

Sevde Nur ÖZKAN, Uzman

Zeynep KORUCU ÖZDEMİR, Üst Kurul Uzmanı

Zeynep ÖYMEZ, Müdür

**Grafik Tasarım**

Gürkan AKBAŞ

**Baskı**

Alp Yayın Medya Ltd. Şti.

**Baskı Tarihi / Yeri**

Aralık 2023 / Söğütözü Mahallesi, 2177. Cadde

No: 10 5/42, 06510 Çankaya / Ankara

**Yayın Türü**

Yaygın Süreli Yayın

**Yayın Şekli**

6 Aylık - Türkçe

**Yönetim ve Yazışma Adresi**

Radio ve Televizyon Üst Kurulu

Üniversiteler Mahallesi, 1597. Cadde,

No: 13 Bilkent, Çankaya / Ankara

**Telefon: / Faks:**

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

**e-posta:**

rtukiletisimdergisi@rtuk.gov.tr

**İnternet Adresi**

www.rtuk.gov.tr

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



Kübra GÜRAN YIĐITBAŐI  
Afyonkarahisar Valisi

# DOĞAL AFETLERDE YÖNETİŞİM VE MEDYA

Anahtar kelimeler: ynetifim, medya, kriz dönemi, doğal afet, risk yönetimi

*Bir doğa olayını afete dönüştüren Şey yıkımdır. Tüm dünyada eŐ zamanlı olarak sayısız doğa olayı yaşanırken, bu olayların insan yaşamına ve yapılı Çevreye olan etkileri, onu afet olarak nitelendirmek işin temel alınmalıdır.*

**D**oğal afetler tanımını itibariyle meydana geldiği toplumun sosyo-ekonomik ve sosyo-kültürel faaliyetlerini önemli ölçüde aksatan, can ve mal kayıplarına neden olan ve büyük ölçekte yerel imkânlar veya yerelde tek bir kurum vasıtasıyla baş edilemeyen doğa olaylarını kapsar. Doğal afetlerle, güneyden kuzeye doğudan batıya tüm ülkeler küçük veya büyük ölçekli tarihin tüm zamanlarında karşılaşmışlardır. Bu anlamıyla, günümüzde afetlerle karşı karşıya kalan ülkeler; bu kaçınılmaz, önlenemez ancak önlem alınabilir, hasar ve kayıpları azaltılabilir afetlere karşı gerek politik

Depremin olası zararlarını minimize edebilecek önlem ve hazırlık süreçleri afet riskini azaltarak toplumsal süreçlerin aksamasını engellerken can ve mal kaybını da en aza indirecektir.





gerek ekonomik gerekse kültürel olarak hazırlık yapmaktadırlar.

Uluslararası ölçekte en büyük afet veri tabanına sahip olan *Afet Araştırma ve Epidemiyoloji Merkezi*'nin acil durumlar veri tabanında *yirmi yılda (2000-2019)* dünya çapında 7348 doğal afet olayının rapor edildiği belirtilmiştir. Bu afetler yaklaşık 1,23 milyon can kaybına neden olurken toplamda 4 milyardan fazla insan bu afetlerden etkilenmiştir. Bu yıllar arasında meydana gelen afetlerde devletlerin ekonomik kaybı ise yaklaşık 3 trilyon dolardır. Ülkemizin son yıllarda yaşadığı en büyük afet ise 11 ilimizi ve 14 milyondan fazla vatandaşımızı etkileyen 6 Şubat Kahramanmaraş depremleri olmuştur.

Bir doğa olayını afete dönüştüren şey yıkımdır. Tüm dünyada eş zamanlı olarak sayısız doğa olayı yaşanırken, bu olayların insan yaşamına ve yapı çevreye olan etkileri, onu afet olarak nitelendirmek için temel alınmalıdır. Örneğin; depremlerin yıkıcı etkilerinin en aza indirilmesi, depremi yıkıcı bir

afet olmaktan çıkarabilir. Hatta depremin olası zararlarını minimize edebilecek önlem ve hazırlık süreçleri afet riskini azaltarak toplumsal süreçlerin aksamasını engellerken can ve mal kaybını da en aza indirecektir. Dolayısıyla, afet öncesi süreçleri iyi yönetmek, herhangi bir doğa olayının afete dönüşmesini zorlaştıracaktır.

Ülkemizde yaşanan afetlerden elde edilen tecrübeler doğrultusunda afet ve acil durumların etkin bir şekilde yönetilmesi amacıyla, 2009 yılında *Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı* (AFAD) kurulması ile “Kriz Yönetimi” anlayışından “Risk Yönetimi” anlayışına geçilmiştir. Afet öncesi hazırlık, planlama ve risk azaltma çalışmaları, eğitim ve bilinçlendirme faaliyetleri, erken uyarı ve kesintisiz haberleşme projeleri ile afetin zararlarını en aza indirmeye çalışan bir afet yönetim sistemi oluşturulmuş ve “Bütünleşik Afet Yönetim Sistemine” geçilmiştir.

AFAD Başkanlığının kurulması ile birlikte küresel olarak kabul gören afet döngüsünün basamakları





ülkemizde uygulanmaya başlanmıştır. *Türkiye Afet Risk Azaltma Planı (TARAP)*, afet risklerini azaltmak için AFAD koordinasyonunda hazırlanmış ulusal bir plandır. Bu plan, ülkemizde yaşanabilecek her tür ve ölçekteki afet için risk azaltma çalışmalarını yapacak kamu kurum ve kuruluşları, yerel yönetimler, özel sektör, sivil toplum kuruluşları, üniversiteler ve gerçek kişileri kapsamaktadır.

Bu bağlamda, devlet tüm kurumlarıyla en gerekli ve önemli aktörlerden biri olarak afet gibi olağanüstü durumu yönetebilecek yegâne güç olarak karşımıza çıkmaktadır. Afet öncesi, sırası ve sonrasında yapılacak tüm hazırlık, müdahale ve iyileştirmeler, kapsamı ve etkinliği göz önüne alındığında ancak bir devlet mekanizması tarafından veya devletin koordinasyonunda hayata geçirildiğinde tam anlamıyla yerine ulaşacaktır. Merkezi yönetimden yerel yönetimlere, sivil toplum kuruluşlarından özel sektör temsilcilerine uluslararası yardım organizasyonlarından ulusal müdahale ekiplerine



kadar geniş bir yelpazede görev ve sorumluluk dağılımı yapan afet yönetişimi, hem afet öncesi hem afet sonrası süreçlerde daha etkin bir yönetim modeli ortaya koymaktadır.

Bu çok aktörlü ve çok boyutlu afet yönetişim sürecinde, önemli bir diğer görev ve sorumluluk da medyaya düşmektedir. Medya, bir afetin özellikle psikolojik etkilerini yönlendirebilecek güce sahiptir ve bu gücün doğru kullanılması afet yönetişimi açısından kritik bir konumdur. Gazeteci ve habercilerin, haber verme görev ve sorumluluklarını yerine getirirken göz önünde

“Haber metinlerinin içeriği, sunucuların tavırları ve ekranlara taşınan kesitler, özellikle devlet kurumlarına olan güveni zedelediğinde, bundan en çok zararı gören afetzede vatandaşlarımız olmaktadır.

bulundurmaları gereken en önemli husus kamu yararındır. Afet dönemlerinde yaşanan belirsizlik ve korku, vatandaşların bilgiye ulaşma ihtiyaçlarıyla birleşerek medyaya olan ilgi ve bağımlılığı artırır. Dolayısıyla, afet yönetişiminin önemli bir parçası olarak medya aktörlerinin, etik ilkeler ışığında kamu yararını gözetmeleri, kamunun doğru bilgilenmesini sağlamaları afet yönetimi açısından kritik bir öneme sahiptir. Buna ilaveten, medyanın afet karşısındaki tutumu, devlete ve afet yönetişiminin diğer aktörlerine olan güveni de etkilemektedir. Haber metinlerinin içeriği, sunucuların tavırları ve ekranlara taşınan kesitler, özellikle devlet kurumlarına olan güveni zedelediğinde, bundan en çok zararı gören afetzede vatandaşlarımız olmaktadır. Medyanın insanları yönlendirme gücüne ve kamuoyu üzerindeki etkisine bir örnek olarak Amerika’da 1938 yılında Orson Welles’in yönettiği radyo tiyatrosu sırasında yaşanan olay örnek verilebilir. Bu olayda radyo tiyatrosundan “Marshlar Dünya’yı işgale geldi” cümlesi okununca, dinlediklerini ciddi bir haber bülteni sanan Amerikalılar, uzaylı istilasının gerçekten yaşandığını düşünerek büyük bir panik içinde sokaklara





Dünya Sağlık Örgütü'nün "iyi veya kötü her türlü bilginin paylaşılmasının, insanların güvenilir kaynak ve rehberlik arayışlarını zorlaştırması" olarak tanımladığı infodemi, mücadele edilmesi gereken bir salgın olarak görülmektedir.

döküldü. Benzer şekilde, 2019 yılında İstanbul'da asılsız bir şekilde sosyal medyadan yayılan "Ayça'nın abisiyim... Arama kurtarmada çalışıyorum... Gece 4'te deprem olacak" ses kaydının yayılması sonucu çok sayıda vatandaş geceyi sokakta, parkta ve otomobillerinde geçirmişti. Yine önemli bir örnek olarak, pandemi sürecinde medyada dolaşan yanlış ve teyitsiz bilgilerin "infodemi" kavramını ortaya çıkarması verilebilir. Bu süreçte, tüm kurumlar ve kamuoyu salgın hastalıkla birlikte yanlış bilgilerle de savaşmak zorunda kalmıştı. Dünya Sağlık Örgütü'nün "iyi veya kötü her türlü





“Hatay’da asılsız “baraj patladı” paylaşımı, bölgede depremde vatandaşlarımızın daha fazla paniğe kapılmasına neden olarak ekiplerin arama kurtarma çalışmalarını aksattı.

bilginin paylaşılmasının, insanların güvenilir kaynak ve rehberlik arayışlarını zorlaştırması” olarak tanımladığı infodemi, mücadele edilmesi gereken bir salgın olarak görülmektedir.

6 Şubat Depremlerinin ardından yapılan tüm çalışmalar elbette ulusal ve uluslararası medya tarafından yakından izlendi. Gerek depremin büyüklüğü gerek etkilenen insan sayısı nedeniyle yaşanan bu acı depremler, uzun bir süre tüm dünyanın gündeminde kaldı. Aynı zamanda, deprem bölgesi dışında yaşayan vatandaşlarımızın da bölgeden bilgi alma isteklerinin artması sonucu

medyaya olan bağlılık arttı. Bu süreçte, basın yayın kuruluşları, internet habercileri veya youtuberlar tarafından çeşitli manipülatif haberler de yapıldı. Örneğin, Hatay’da asılsız “baraj patladı” paylaşımı, bölgede depremde vatandaşlarımızın daha fazla paniğe kapılmasına neden olarak ekiplerin arama kurtarma çalışmalarını aksattı. Dolayısıyla, medya bu yönetim sürecinin önemli bir bileşeni olarak, kamuoyuna doğru ve güvenilir bilgiyi aktararak afetin yaralarının hızla sarılmasına ciddi bir destek verecektir. Bu tür afet dönemlerinde toplumu yanlış bilgilendiren bir medya, asli görevinden uzaklaşmış demektir. Olağanüstü dönemlerde habercilerin ve medya profesyonellerinin haberleri hızlı olduğu kadar teyit ederek kamuoyu ile paylaşması özellikle önem kazanmaktadır.

6 Şubat’ta yaşanan ve “Asrın Felaketi” olarak Türkiye afet tarihine geçen ve 11 ilimizi etkileyen depremlerde bakanlar, milletvekilleri, mülki idare amirleri ve belediye başkanları bölgeye sevk edildi. Deprem bölgesinde 40 vali, 160 mülki idare amiri



görev yaptı (Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı, 2023). Bunun yanında, sivil toplum kuruluşları öncülüğünde binlerce gönüllü bölgeye akın etti. Koordinatör vali ve kaymakamlar, sürecin birincil yöneticisi olarak sahada tüm birimleri koordine etti. Bunun yanında doğal afet yönetişiminin gereği olarak, diğer kuruluşlar da bu zorlu sürece dâhil oldu. Birçok depremzede vatandaşımız, çeşitli belediyeler, sivil toplum kuruluşları veya uluslararası örgütler tarafından hızla inşa edilen çadır kent veya konteyner kentlere AFAD aracılığıyla taşındılar. Devlet bir taraftan deprem bölgesinde 3 ay süreyle ilan edilen OHAL kapsamında hızlı ve etkili kararlar alırken, diğer taraftan sivil toplum kuruluşları aracılığıyla ülkemizin dört bir yanından vatandaşlarımız deprem bölgesinde yürütülen çalışmalara katkı sundu. AFAD koordinasyonunda “Türkiye Tek Yürek”, “Evim Yuvan Olsun”, “AFAD Yardım Paket”, “AFAD Çarşı” gibi kampanyalarla herkesin depremin yaralarının sarılmasına katkı sunması sağlandı. Afyonkarahisar özelinde ise hızla hayata geçirdiğimiz “afyonsizinle.org” web sitesi





ile Afyonkarahisarlı vatandaşlarımızın özellikle şehrimize gelen depremzedelerin eğitim, sağlık, kültür ve psikososyal ihtiyaçlarının karşılanmasına destek olması sağlandı. “afyonsizinle.org” sitesi depremzedeler ile depremzede vatandaşlarımıza yardım etmek isteyen vatandaşlarımızı buluşturmak amacıyla kurulan bir platform olarak, kamuoyunun şeffaf bir şekilde ihtiyaçlar hakkında bilgilendirilmesine katkı sundu. Afyonkarahisar’da bu yenilikçi uygulama aracılığıyla hem depremzede vatandaşlarımızın ihtiyaçları doğru tespit edildi hem de tüm vatandaşlarımızın çeşitli şekillerde depremzede vatandaşlarımıza destek olması sağlandı. Şehrimizdeki birçok sivil toplum kuruluşu da depremzede vatandaşlarımızın ihtiyaçları konusunda doğru bir şekilde bilgilendirildi. Böylece “devlet millet ele ele” sloganından yola çıkarak Afyonkarahisar ölçeğinde devlet, sivil toplum, özel sektör ve vatandaşların tek bir platformda buluşmasına zemin hazırlayan, şeffaflığa dayalı özgün bir yardım kampanyası gerçekleştirildi. Gelen talepler bebek bezinden sınava hazırlık

Devlet mekanizmalarının koordinasyonunda birçok farklı aktörün bir araya gelerek iş birliği yapması, afetzedelerin mağduriyetlerinin giderilmesini kolaylaştırmaktadır.

kitaplarına, ev davetlerinden psikososyal ihtiyaçlara kadar çeşitlendi. Bu platform aracılığıyla özgün bir yönetim modeli hayata geçirildi. Böylece hızlı, yerinde ve pratik tespitlerle sivil toplum, medya ve afetzedeler için aktif bir buluşma zemini oluşturuldu. Türkiye genelinde de bu tür kampanya ve girişimlerle, yönetim modeli etrafında devletin en üst kademesinden tek tek tüm vatandaşlarımıza kadar uzanan tüm aktörlerin ele ele hareket etmesiyle depremin yaraları sarılmaya devam ediyor.

Sonuç olarak, devlet mekanizmalarının koordinasyonunda birçok farklı aktörün bir



araya gelerek iş birliği yapması, afetzedelerin mağduriyetlerinin giderilmesini kolaylaştırmaktadır. Ülkemizin geçirdiği Maraş merkezli 6 Şubat depremlerinde devlet, sivil toplum ve özel sektör aktörlerini yardım kampanyaları, gönüllülük çalışmaları ve diğer faaliyetlerle ortak bir amaç doğrultusunda örgütleyerek afet yönetim süreci en üst seviyede yürütülmüştür. Medya afet yönetim sürecinin en önemli paydaşlarından biri olarak, kamuoyuna doğru, güvenilir ve teyit edilmiş bilgiler aktararak yönetim sürecini kolaylaştırmaktadır. Olağanüstü süreçlerde medya organlarından yayılan asılsız ve teyitsiz haberler kamuoyunu korku ve paniğe sürüklerken, kamuoyu yararı ve etik ilkeler gözetilerek yapılan haberler sürecin sağlıklı bir şekilde işlemesine önemli bir katkı sunmaktadır.

### Kaynakça

Cumhurbaşkanlığı İletişim Başkanlığı Yayınları, Asrın Dayanışması, 06 Şubat 2023 Kahramanmaraş Depremleri, Ankara. 2023.





**Ebubekir ŞAHİN**  
RTÜK Başkanı



ULUSLARARASI

**GELECEKLE İLETİŞİM**

**ÇALIŞTAYI**



*Anahtar kelimeler: kamu diplomasisi, kültürel etkileşim, kültür inşası, gönül coğrafyası, eğitim*

*Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı, gerçekleşmeye başladığı 2009 yılından itibaren her sene düzenlenmekte olan ve geleceğin iletişimcilerini buluşturmanın yanı sıra yabancı öğrencilerin kültürümüzü tanıyıp benimsemesine olanak veren çok kıymetli bir projedir.*





**T**ürkçe, kökeni çok eskiye uzanan bir dil olmakla birlikte günümüzde hâlen en çok konuşulan dillerden biridir. Bu köklü tarih ziyadesiyle zengin bir kültürü de beraberinde getirmektedir. Şüphesiz ki; bizlere de Türk dilinin kıymetini bilmek, kültürümüzü ve değerlerimizi koruma görevi düşmektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, bu amaçla geliştirilen projeler üretmek ve hâlihazırda bulunan projeleri desteklemek gayesindedir. Uluslararası *Gelecekle İletişim Çalıştayı*, gerçekleşmeye başladığı 2009 yılından itibaren her sene düzenlenmekte olan ve geleceğin iletişimcilerini buluşturmanın yanı sıra yabancı öğrencilerin kültürümüzü tanıyıp benimsemesine olanak veren çok kıymetli bir projedir.

“Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı, Türkiye ile sosyal-kültürel bağlar kurulup geliştirilmesini amaçlayan ve kültürümüzü tanıtmak hususunda tesirini gözlemlediğimiz uzun soluklu bir projemizdir.



Medya ve kültür, birbirleri üzerinde yadsınamaz etkileri olan iki kavramdır. Kültür; medya içeriklerini etkilerken medya da aynı şekilde kültürü etkilemektedir. Toplumun değerleri ve beklentileri, üretilen medya içeriklerine yön vermektedir.

2009 yılından beri RTÜK eş güdümünde gerçekleştirilmekte olan *Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı*, öncelikli olarak Radyo ve Televizyon Bölümü'nde olmak üzere çoğunlukla iletişim fakültelerinin emsal bölümlerinde öğrenim gören yabancı öğrencilerin katılımıyla Türkiye ile sosyal-kültürel bağlar kurulup geliştirilmesini amaçlayan ve kültürümüzü tanıtmak hususunda tesirini

gözlemlediğimiz uzun soluklu bir projemizdir. 13 senedir gerçekleştirdiğimiz, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu için adeta bir gelenek hâline gelen *Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı*'nın on üçüncüsü 12 farklı ülkeden 26 öğrencinin katılımıyla 8-14 Ekim 2023 tarihleri arasında Bosna Hersek'in başkenti Saraybosna'da gerçekleştirilmiştir.

*13. Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı*'nın teması "Gönül Coğrafyamızda Medya ve Kültür İnşası" olarak belirlenmiş ve öğrencilerin sunumları bu tema kapsamında hazırlanmıştır. Medya ve kültür, birbirleri üzerinde yadsınamaz etkileri olan iki kavramdır. Kültür; medya içeriklerini etkilerken medya da aynı şekilde kültürü etkilemektedir. Toplumun değerleri ve beklentileri, üretilen medya içeriklerine yön vermektedir. Hayatımızda oldukça önemli bir yere sahip olan medya ise aynı şekilde belirli norm ve değerleri yayarak kültürü şekillendirmektedir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulu, bu iki kavram arasındaki etkileşimin incelenmesine yönelik çalışmalara oldukça değer vermektedir. *Medya ve kültür* konularının iletişim alanında da rağbet gören ve araştırılan konular



Her yıl Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı kapsamında bir tema belirlenmektedir. Çalıştay katılımcısı olmaya hak kazanan öğrencilerden yılın temasına uygun akademik bir sunum hazırlaması ve sunması beklenmektedir.

olduğu gözlemlenmiştir. Bu nedenle çalıştay için belirlenen “Gönül Coğrafyamızda Medya ve Kültür İnşası” temasının etkili akademik çalışmaları beraberinde getireceği öngörülmüştür. Saraybosna, Srebrenitsa ve Mostar şehirlerinde gerçekleştirilen akademik sunumlar, seminerler, paneller ve atölyeler akabinde 13. Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı başarılı bir şekilde tamamlanmıştır.



*Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı* katılımcısı olabilmek adına öğrenciler uzun bir süreçten geçmektedirler. Türkiye’de lisans, yüksek lisans ve doktora düzeyinde öğrenim görmekte olan ve çalıştayda katılımcı olarak yer almak isteyen yabancı uyruklu öğrencilerin bilgileri Yurtdışı Türkler ve Akraba Topluluklar Başkanlığı (YTB) tarafından Radyo ve Televizyon Üst Kuruluna sağlanmaktadır. Belirli ölçütler çerçevesinde Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun görevli komisyonu tarafından mülakata tabi tutulan aday öğrenciler yapılan değerlendirme sonucunda başarılı olmaları durumunda *Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı* katılımcısı olarak seçilmektedirler. Her yıl *Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı* kapsamında bir tema belirlenmektedir. Çalıştay katılımcısı olmaya hak kazanan öğrencilerden yılın temasına

Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı’nın temel amaçlarından biri, gelecekte iletişim alanında görev almak üzere yetişen öğrencileri buluşturarak sosyal bağlantılar kurmalarını ve görsel-işitsel medya uygulamalarında deneyimlerini artırmayı sağlamaktır.





uygun akademik bir sunum hazırlaması ve sunması beklenmektedir.

*Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı*'nın temel amaçlarından biri, gelecekte iletişim alanında görev almak üzere yetişen öğrencileri buluşturarak sosyal bağlantılar kurmalarını ve görsel-ışitsel medya uygulamalarında deneyimlerini artırmayı sağlamaktır. Çalıştayı diğer temel amacı ise ülkemizde eğitim gören yabancı öğrencilerin ülkemizin kültürünü, milli ve manevi değerlerini tanımalarını, benimsemelerini sağlamaktır. *Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı* ismini de bu iki temel amacın birleşiminden almaktadır. Bu bağlamda akademik çalışma ve sunumların yanı sıra kültürel etkinlikler de düzenlenmektedir. Çalıştay kapsamında öğrencilerle kurulan bağın kültürel etkileşim ile kuvvetlendiği ve sürdürüldüğü gözlemlenmektedir.



Bir kültürü anlamak ve benimsemek için yazılı-görsel kaynaklardan edilen bilgiler faydalı olsa da tek başına yeterli olmamaktadır. Bir toplumun paylaştığı değerler, inançlar gibi birçok yaşam unsurunu kapsayan kültür; zaman içerisinde gelişip zenginleşen çok geniş bir kavramdır. Bu sebeple bir ülkenin kültürünü tanımak adına o ülkenin dili, dini, sanatı, tarihi ve gelenekleri hakkında bilgi sahibi olunması elzemdir. Bir ülkenin kültürünü anlamak için en etkili yollardan biri şüphesiz o ülkenin dilini öğrenmektir. Bir ülkenin dilini öğrenmek, o ülkenin insanlarıyla iletişim kurmaya olanak vermesi hasebiyle ülke ve vatandaşlarıyla derin bir bağ kurulmasını sağlamaktadır. Bununla birlikte toplum için öneme sahip olan yerlere yapılan kültürel geziler ve toplumun geleneklerini gözlemlemek de kültürün benimsenmesinde faydalı olmaktadır. Bu doğrultuda *Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı*, katılımcı öğrencilerle yalnızca akademik çalışmalar

Gönül coğrafyamız olarak tanımlayabileceğimiz ülkelerden yükseköğrenimleri dolayısıyla Türkiye'mize gelen öğrencilerin ülkemize ve kültürümüze dair güzel duygular beslemeleri; ülkemizin değerlerini, güzelliklerini kendi ülkelerine aktarmaları bizleri ziyadesiyle mutlu etmektedir.





kapsamında değil, kültürel faaliyetler eşliğinde ve bire bir iletişim hâlinde olarak da misyonunu yerine getirmektedir.

Gönül coğrafyamız olarak tanımlayabileceğimiz ülkelerden yükseköğrenimleri dolayısıyla Türkiye'mize gelen öğrencilerin ülkemize ve kültürümüze dair güzel duygular beslemeleri; ülkemizin değerlerini, güzelliklerini kendi ülkelerine aktarmaları bizleri ziyadesiyle mutlu etmektedir. *Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı*'nın önemli bir misyonu böylelikle sağlanmış olmaktadır. Kendilerini belirli alanlarda geliştirmekte olan öğrenciler, geleceğin çalışanları, profesyonelleri olacaklardır. Öğrencilerimizin tahsillerini tamamlayıp ülkelerine döndüklerinde görev aldıkları kurum ve kuruluşlarda

ülkemizle kurdukları bağları sürdürmeleri, şimdiden karşılık bulduğunu gözlemlediğimiz başlıca temennilerimizdendir. Radyo ve Televizyon Üst Kurulunun her sene öncülük ettiği *Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı*'nın on üçüncüsünü de başarıyla tamamladık. Seneler öncesinde gerçekleştirdiğimiz çalıştaylarımızın hayırlı neticelerini de görmeye başlamış bulunmaktayız. Gittiğimiz ülkelerde ziyaret ettiğimiz kurumlarda bu programa dâhil olmuş, katkı sağlamış öğrenciler görmek bizleri son derece memnun etmekte ve gururlandırmaktadır. *Uluslararası Gelecekle İletişim Çalıştayı*'nın isminde yer almakta olan 'gelecekle iletişim' de böylelikle mümkün hâle gelmektedir.



# ENGELLİ BİREYLERİN YAYIN HİZMETLERİNE ERİŞEBİLİRLİĞİ

**Mehmet DANIŞ**  
RTÜK Üst Kurul Üyesi

*Anahtar kelimeler: medya, engelli hakları, mevzuat, erişilebilirlik, medya içeriklerinin sunumu*

*Erişilebilirlik; kamusal alanların, fiziki çevrenin, ulaşım ve bilgilendirme hizmetleri ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin engelli bireyler tarafından güvenli ve bağımsız olarak ulaşılabilir ve kullanılabilir olmasını ifade etmektedir.*





**E**ngelli bireylerin, toplumsal yaşamda düşünce ve ifade özgürlüğünden diğer bireylerle eşit koşullar altında yararlanabilmesi görsel-işitsel medya hizmetlerinin erişilebilir olarak sunulmasıyla doğrudan ilgilidir. Erişilebilirlik; kamusal alanların, fiziki çevrenin, ulaşım ve bilgilendirme hizmetleri ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin engelli bireyler tarafından güvenli ve bağımsız olarak ulaşılabilir ve kullanılabilir olmasını ifade etmektedir. Görsel-işitsel medya hizmetlerinde erişilebilirlik sesli betimleme, sesli alt yazı, ayrıntılı alt yazı, işaret dili, temiz ses, yalın dil kullanımı, erişilebilir ara yüzler ve duraklatılarak gösterim gibi araçların kullanımıyla sağlanmaktadır<sup>1</sup>.

“Düşünce ve ifade özgürlüğü, bilgiye erişim, kültürel yaşama katılım hakları çerçevesinde, engelli bireylerin bilgi hizmetlerine ve televizyon programlarına erişebilir olmasının temin edilmesi gerekmektedir.

<sup>1</sup> Accessibility of audiovisual content for persons with disabilities, European Audiovisual Observatory, <https://rm.coe.int/iris-plus-2023-01/en-accessibility-of-audiovisual-content-for-persons-w/1680ab1bdc> (17.10.2023)



Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından 2011 yılında yapılan araştırmaya göre Türkiye’de, en az bir engeli olan nüfusun oranı %6,9’dur (4.876.000 kişi). Yaş grubu arttıkça en az bir engeli olan nüfus oranının artma eğiliminde olduğu görülmektedir. Engellilik durumlarına göre nüfusun %1,4’ü görmede, %1,1’i duymada, %0,7’si konuşmada, %2’si yaşlılarına göre öğrenmede / basit dört işlem yapmada / hatırlamada / dikkatini toplamada zorluk yaşamaktadır<sup>2</sup>. Bu anlamda, engelli bireylerin haklarında ve yaşam koşullarında yapılacak her türlü iyileştirme önemli bir kesimin toplum hayatına kazandırılmasına katkı sağlayacağı kuşkusuzdur.

Engelli bireylerin tüm insan hak ve temel özgürlüklerinden tam ve eşit şekilde yararlanmasını teşvik ve temin edilmesini teminen taraf devletlere yükümlülükler getiren Birleşmiş Milletler Engelli Kişilerin Haklarına Dair Uluslararası Sözleşme’ye Türkiye; 5825 sayılı “Engellilerin Haklarına İlişkin

Avrupa Birliği üyesi ülkelerin, 2018/1808/ EU sayılı Avrupa Parlamentosu ve Avrupa Birliği Konseyi’nin Görsel-İşitsel Medya Hizmetleri Yönergesinin 7 nci maddesi kapsamında, yargı yetkileri altındaki medya hizmet sağlayıcılarının hizmetlerine, uygun önlemler kullanarak, devamlı ve artan bir şekilde engelli bireylerin erişim sağlamalarını temin etmeleri gerekmektedir.

2 Engelli ve Yaşlı İstatistik Bülteni, Engelli ve Yaşlı Hizmetleri Genel Müdürlüğü, [https://aile.gov.tr/media/135432/eyhgm\\_istatistik\\_bulteni\\_nisan\\_23.pdf](https://aile.gov.tr/media/135432/eyhgm_istatistik_bulteni_nisan_23.pdf) (17.10.2023)



Ülkemizde, 6112 sayılı Kanun'un 37'nci maddesiyle engelli ve yaşlı bireylerin yayın hizmetlerine ve yeni teknolojilere erişimini kolaylaştırmak amacıyla gerekli tedbirlerin alınmasının teşvik edilmesi Üst Kurulun görevleri arasında belirlenmiştir.

erişilebilen, kamuya açık ve tek bir çevrim içi temas noktasının oluşturulması; doğal afet durumlarındaki duyurular ve bildirimler de dâhil olmak üzere acil bilgilerin engelli bireyler tarafından erişilebilir şekilde sunulmasının temin edilmesi yükümlülükleri de getirilmektedir.

Ülkemizde, 6112 sayılı Kanun'un 37'nci maddesiyle engelli ve yaşlı bireylerin yayın hizmetlerine ve yeni teknolojilere erişimini kolaylaştırmak amacıyla gerekli tedbirlerin alınmasının teşvik edilmesi Üst Kurulun görevleri arasında belirlenmiştir. Üst Kurul madde çerçevesinde, Sağırın, İşitme ve Görme Engellilerin Yayın Hizmetlerine Erişiminin İyileştirilmesine İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmeliği (Yönetmelik) 2019 yılında hayata geçirmiştir.

Yönetmelik, Türkiye Cumhuriyeti Devleti'nin yargı yetkisi altındaki ulusal karasal özel medya hizmet sağlayıcı kuruluşlar ile Türkiye Radyo Televizyon Kurumunun yayın hizmetlerini düzenlenmektedir. Dolayısıyla, uydu, kablo yayın lisansı ile karasal ortamdan bölgesel ya da yerel geçici yayın hakkına sahip kuruluşlar Yönetmelik hükümlerinin kapsamı dışında kalmaktadır. Ayrıca, Yönetmeliğin 7 nci maddesinde, Türkiye Radyo Televizyon Kurumunun en az üç kanalında yayın hizmetlerini engelli bireyler tarafından erişilebilir şekilde düzenlemesi gerektiği ifade edilmiştir. Erişilebilirlik





*İşaret Dili Çevirmeni Berrak Fırat*

önlemleri ile ilgili diğer ülkelerin uygulamalarına bakıldığında benzer istisnalara rastlanılmaktadır. Avusturya'da da yayın hizmetlerinden elde ettiği gelirlerin bir önceki yıllık cirosu 500.000 Euro'yu aşmayan medya hizmet sağlayıcı kuruluşlara yönelik olarak istisna getirilmiştir. Macaristan'da bir önceki takvim yılında ortalama izleyici payı yüzde biri aşan medya hizmet sağlayıcılar için yayın hizmetlerinde alt yazı ya da işaret dili kullanımı zorunluluğu bulunmaktadır<sup>4</sup>.

Yönetmelik, engelli bireylerin yayın hizmetlerine erişebilmesi amacıyla hazırlanan, ayrıntılı alt yazı, işaret dili ve sesli betimleme çeviri türlerinden en az biri ile yayınlanan programları engelli dostu program olarak ifade etmektedir. Engelli dostu programlarının yayın süresi, aylık yayın süresi toplamının yüzde beşine altı ay içinde, yüzde yirmi beşine iki yıl içinde, yüzde kırkına beş yıl içinde ulaşmak zorundadır. Ayrıca, söz

konusu oranlar içinde ayrıntılı alt yazı, işaret dili ve sesli betimleme için yüzde beş/on oranında kotalar öngörülerek erişilebilirlik uygulamalarının çeşitlenmesi sağlanmıştır. En az iki akşam kuşağından programının da ilk yayınlarında veya ilk yayınlarını takiben bir hafta içinde engelli dostu

**Görme ve işitme engelli bireylere yönelik alt yazı, sesli alt yazı, sesli betimleme, işaret dili kullanımı yaygın olarak tercih edilen erişilebilirlik uygulamalarıdır.**

<sup>4</sup> Interactive searches across the national transpositions of the Audiovisual Media Services Directive, <https://avmsd.obs.coe.int/> (11.10.2023)



program olarak yayınlanması gerekmektedir. Ana haber bültenlerinin de işaret diliyle yayınlanması zorunludur.

Birlik üyesi ülkelere incelendiğinde, kamu ve özel yayıncılık için farklı erişilebilirlik uygulamalarının bulunduğu görülmektedir. Görme ve işitme engelli bireylere yönelik alt yazı, sesli alt yazı, sesli betimleme, işaret dili kullanımı yaygın olarak tercih edilen erişilebilirlik uygulamalarıdır. Zihinsel engelli bireyler için özel düzenlemelere sınırlı sayıda ülkede yer verilmektedir. Avusturya'da Radyo Televizyon Kurumunun, zihinsel engelli bireylere yönelik olarak 09:00-22:00 arasındaki yayın bültenlerinden birini yalnız dilde yayınlaması gerekmektedir. Letonya'da bu durumdaki bireyler için elektronik ortamlarda kompleks kelimeler yerine yalın kelime kullanımının tercih edilmesi, kısa cümleler kurulması ve aktarılan konunun en önemli noktalarının açıklanması ile ilgili olarak düzenlemeler bulunmaktadır. Erişilebilirlik uygulamalarında süre olarak ise ya belirli zaman aralığı tercih edilmekte ya da kota konulmaktadır.

Yapay zekâ gibi gelişmeler erişilebilirliğe yönelik önlemlerin daha kolay ve daha az maliyetle alınabilmesi fırsatını sağlayarak çok uzak olmayan bir gelecekte paydaşlar tarafından daha kapsamlı ve güçlü adımların atılmasına kapı aralamaktadır.

Macaristan'da, kamusal ve önemli etki gücüne sahip yayın kuruluşlarının, yıllık ortalama izleyici payı en yüksek olan programlarına ilişkin Macar



yapımı sinematografik eserlerini 18.30 ile 21.30 saatleri arasında görme engelliler için erişilebilir olmasını sağlamaları gerekmektedir. Litvanya'da Ulusal Radyo ve Televizyonunun aylık toplam yayın süresinin yüzde ellisini alt yazılı, yüzde yirmisini işaret dili ve yüzde onunu da görsel olarak engelli bireyler için uyarlanmış programlara ayırma zorunluluğu bulunmaktadır<sup>5</sup>.

Erişilebilirlik uygulamalarının belirli maliyetleri olduğu gözetildiğinde, uygulama için sınırlı sayıda kuruluşun ve erişilebilirlik önleminin tercih edilmiş olması isabetli görünmekle birlikte ülkemiz

açısından özellikle uydu ve kablo ortamlarından “çocuk” ve “haber” temalarında yayın hizmeti sağlayan kuruluşlar, zihinsel olarak engelli bireyler ve isteğe bağlı yayın hizmetleri ile ilgili müstakil düzenlemelerin yapılması kısıtlı sayıda içeriğe erişim imkânı olan engelli bireyler için önemli bir husus olduğu gerçektir. Öte yandan, yapay zekâ gibi gelişmeler erişilebilirliğe yönelik önlemlerin daha kolay ve daha az maliyetle alınabilmesi fırsatını sağlayarak çok uzak olmayan bir gelecekte paydaşlar tarafından daha kapsamlı ve güçlü adımların atılmasına kapı aralamaktadır.

5 Accessibility of audiovisual content for persons with disabilities, European Audiovisual Observatory, <https://rm.coe.int/iris-plus-2023-01/en-accessibility-of-audiovisual-content-for-persons-w/1680ab1bdc> (17.10.2023)



**Prof. Dr. Adnan ALTUN**  
Bolu İzzet Abant Baysal Üniversitesi, Akademisyen

# DİJİTAL GELECEĞİN ÖĞRENCİSİ

*Anahtar kelimeler: dijital medya, eğitim, öğrenim, medya okuryazarlığı, gelecek okuryazarlığı*

*Dijital gelecek eğitimi nereye götürecektir? Öğrenme ve öğretme nasıl gerçekleşecek? Öğretmene ne olacak, daha da açık şekilde öğretmenliğin sonu geliyor mu? Okula, sınıfa, tahtaya, masaya, sıraya ve ders kitabına ihtiyaç kalmadı mı? Öğrenci artık eski öğrenci değil mi; dijital yerli mi, alfa kuşağı mı? Ve daha birçok soru...*





**S**anayi devriminde yaşananları andırırçasına hayatımızda köklü değişimlerin yaşandığı bir süreçten geçiyoruz. Şahit olduğumuz birçok fenomen hayatta kalma mücadelesini kazanıp olgu mertebesine yükseliyor ve gerek akademik yazına gerekse sözlü kültüre kavramsal bir zenginlik olarak yansıyor. Dijital, dijitalleşme, dijital dönüşüm, dijital çağ, dijital devrim, büyük veri, makine öğrenmesi, nesnelerin interneti, yapay zekâ, akıllı teknolojiler, endüstri 4.0 veya 5.0 ve daha birçok kavram bu çağın yeniliklerini ifade ediyor. Yenilik sadece yeni fenomenlerde değil uzlaşmış olduğumuz olgularda da dönüşüm olarak kendini gösteriyor. Paranın, ticaretin, mağazaların, bankaların veya devletin sanal temsili beraberinde mevcudun dönüşümünü de getiriyor. Temel motivasyonu ekonomi odaklı yaşanan bu dönüşümün hem süreci hem de akıbeti konusunda sorgulamalar giderek artıyor. Tıpkı eğitim alanında olduğu gibi. Bu dijital gelecek eğitimi nereye götürecektir? Öğrenme ve öğretme nasıl gerçekleşecek? Öğretmene ne olacak, daha da açık şekilde öğretmenliğin sonu geliyor mu? Okula,

“Gelecek okuryazarlığını UNESCO “insanların deneyim veya eylemlerinde geleceğin rolünü daha iyi anlamalarını sağlayan beceri” olarak ifade etmektedir.

sınfa, tahtaya, masaya, sıraya ve ders kitabına ihtiyaç kalmadı mı? Öğrenci artık eski öğrenci değil mi; dijital yerli mi, alfa kuşağı mı? Ve daha birçok soru...

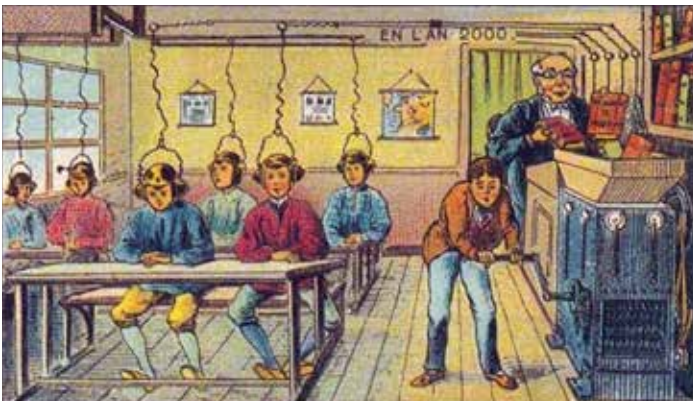
Hepsi de geleceğe dair sorular ve ilmi olarak güçlü cevaplar bulabilmek mümkün. Birçok şeyde olduğu gibi bunun da bir ilmi var: Gelecek

okuryazarlığı. Gelecek okuryazarlığını UNESCO ‘insanların deneyim veya eylemlerinde geleceğin rolünü daha iyi anlamalarını sağlayan beceri’ olarak ifade etmektedir. Daha kapsamlı olarak da geleceğe dair hayaller kurmayı, geleceğin rolünün farkında olmayı, geçmiş-bugün-gelecek ilişkisini anlamayı, geleceği planlamayı, geleceği tahmin etmeyi, geleceğe hazırlanmayı ve en önemlisi de geleceği kontrol etme gibi becerileri kapsayan bir okuryazarlıktır. Gelecek okuryazarlığı çerçevesinden “Dijital geleceğin öğrencisi, öğrenmesi ve eğitiminin nasıl olacağı” sorusunun cevabına üç farklı bakış açısından katkı sağlanabilir. Bunlardan ilki geçmişin deneyimleri üzerinden gelecek düşüncesinin geçmişteki izlerini arayan retrospektif bir bakış açısını, ikincisi güncel eğilimler üzerinden yaşanan anı kavramaya (carpediem) odaklanan bir bakış açısını ve üçüncüsü de gelecek öngörülerini/ tahminleri üzerinden prospektif bir bakış açısını içeriyor.

“Öğrencinin, öğrenmenin ve daha genel anlamda eğitimin gelecekte nasıl olacağı” sorusu geçmişte de sorulmuş bir soru ve çeşitli cevaplar da verilmiş. Dikkat çeken en eski görüşlerden biri Thomas More’un ‘Ütopya’ adlı eserinde kız veya erkek her yaşta ve her sosyal sınıftan insan için ücretsiz ve evrensel olan eğitim fikridir.

İlk olarak retrospektif bakış açısından gelecek düşüncesinin izlerini geçmişte aramak için bakılacak kapı Eskigelecek (paleofuture) denilen alana açılıyor. Eskigelecek, gelecekle ilgili düşüncelerin geçmişteki izlerini arayan Matt Novak tarafından kavramsallaştırılmış bir çalışma konusu; hem tarihin hem de gelecek bilimin bir alt disiplini olarak da nitelendirilebilir. Geçmişte insanlar siyasetten sağlığa, adaletten cehalete gelecekte neler olacağına dair hayaller kurmuşlar, öngörülerde bulunmuşlar ve bunları yazılı veya görsel olarak kayıt altına almışlar. Eskigelecek, bu kayıtlara ulaşmaya ve bunları değerlendirmeye çalışıyor. Elbette eğitime dair de gelecekte neler olabileceğine dair Novak’ın arşivinde çeşitli kayıtlar var ve bunlar incelendiğinde önemli çıkarımlar yapmamızı sağlıyorlar.

“Öğrencinin, öğrenmenin ve daha genel anlamda eğitimin gelecekte nasıl olacağı” sorusu geçmişte de sorulmuş bir soru ve çeşitli cevaplar da verilmiş. Dikkat çeken en eski görüşlerden biri Thomas More’un ‘Ütopya’ adlı eserinde kız veya erkek her yaşta ve her sosyal sınıftan insan için ücretsiz ve evrensel olan eğitim fikridir. Oğulları gibi kızlarının da eğitim almasını sağlayan More için bu fikir çok da şaşırtıcı değildi. Öğrencinin veya eğitimin geleceğine dair en yoğun görüşlerin 20. yüzyılda ifade edildiğini söylemek yanlış olmaz. Bu süreçte de ilk görüş Jean Marc Côté ve Villemard gibi sanatçıların 1899-1910 tarihleri arasındaki çizimlerinden oluşan ve ilk serisi 1900 yılında Paris’teki Dünya Fuarı için üretilen yüzyıl sonrasının hayal edildiği “En l’an 2000” (“2000 Yılında”) sergisindeki bir görseldir. Burada öğretmen tarafından ve bir öğrencinin de yardımıyla makineye atılan kitaplar öğütülüyor ve elektronik olarak öğrencilerin zihinlerine aktarılıyor. Makine,



6 Japonya'daki 1969 tarihli Shōnen Sunday dergisinin Computopia dizisinden 'Geleceğin Sınıfı' başlıklı çalışmada öğretmenin ekranda görüldüğü ve bilgisayarlarla donatılmış bir sınıfta eğitim alan öğrenciler resmedilmiştir

otomasyon ve verimliliğin odakta olduğu gelecek algısında öğretmen, sınıf ve harita gibi unsurlar süreklilik olarak dikkat çekiyor. Diğer bir örnek olarak Temmuz 1913'te The New York Dramatic Mirror'da yayınlanan bir röportajında Thomas A. Edison; okul sisteminin on yıl içerisinde değişeceğinden, âlimler gibi öğrencilerin de gözleriyle eğitileceğinden ve yüzde iki verim alınan kitapların geçerliliğini yitirip yerlerini yüzde yüz verimlilik sunacak sinemaya bırakacağından söz etmektedir. Sonrasında Radio Journal'ın 1923 sayısında Daniel Nelson Clark'ın haberinde artık radyo ile üniversite eğitimi almanın mümkün olacağı ileri sürülmektedir. 1958 tarihli Arthur Radebaugh tarafından pazar günleri çıkarılan "Düşündüğümüzden Daha Yakın" başlıklı çizgi romandan bir örnekte de geleceğin yüksek teknoloji okulundan söz edilmektedir. 'Butonlu Eğitim' başlıklı bu çizimde öğrencilerin kalabalık, öğretmenlerin az olduğu (hatta sanal olarak ekranlarda buldukları) sınıflar tasvir edilmektedir. Sesli filmlerle ve önlerindeki ekranlarla eğitim alan öğrencilerin katılımları kayıt altına alınmakta, butonlarla sorulara cevap verilmekte ve önlerindeki makineler yeteneklerine göre kendi hızlarında ilerleyebilmelerine imkân vermektedir. Yine vasıflı öğretmenler tarafından toplanan kayıtlar incelenip gerektiğinde kişisel yardım sunulabilmektedir. Radebaugh yine 1960 yılında öğrencilerin bir makine aracılığıyla evde eğitim alacaklarından da söz etmektedir.



1965 tarihli Yeni Çağımız (Our New Age) başlıklı çizgi roman da robot öğretmenlerden, onların sıkıştırılmış konuşmalarından söz etmekte ve geleceğin okul çocuklarının derslerini iki kat daha hızlı duyacaklarından ve daha iyi anlayacaklarından söz etmektedir.

ABD merkezli bu örneklerin dışında Japonya'daki 1969 tarihli Shōnen Sunday dergisinin Computopia dizisinden 'Geleceğin Sınıfı' başlıklı çalışmada öğretmenin ekranda görüldüğü ve bilgisayarlarla donatılmış bir sınıfta eğitim alan öğrenciler resmedilmiştir. Öğretmen soru sormakta ve öğrenciler cevapları bilgisayara girmektedir; doğru cevabı bulana kadar bilgisayar öğrenciyi yönlendirmektedir. Sınıf disiplini korumak için geleceğin sınıfları; derse odaklanamayan öğrencilerin kafasına vuran ve sınıfın düzenini bozan öğrencilerin ayakta durma cezasını üstlenen robotlarla donatılacak...





Makine, robot ve bilgisayarların merkezde yer aldığı teknoloji odaklı örnekler bu şekilde sürüp gidiyor. Retrospektif deneyimler geleceğin öğrencisi konusunda bize önemli çıkarımlar sunuyor:

- Eğitimin kişiselleştirilerek öğrencilerin kendi hızlarında ve kendilerine uygun bir eğitim almaları ve yine bireysel olarak değerlendirilmeleri çağdaş eğitim görüşleriyle uyumlu olsa da uyumsuz birçok temsil söz konusudur.
- Sanayileşmenin bir parçası gibi görülen eğitimde öğrenmenin otomasyonu ve verimliliği önemlidir.
- Eğitimin odağında radyo, sinema, makine, bilgisayar ve robot gibi teknolojiler yer almaktadır. Önemli ve değerli olan teknolojiyen, öğretmen basit roller üstlenmekte, okul mimarisi hiç değişmemekte, öğrenme ve öğretme basitleştirilmekte ve en üzücü olanı da Freire'nin 'Bankacı Eğitim' olarak niteleyip eleştirdiği mevcut eğitim sisteminde olduğu gibi öğrencilerin zihni; içerisine bilgilerin (paranın) aktarıldığı ve gerektiğinde de bu bilgilerin alınacağı boş bir alan (kasa) olarak görülmekte başka bir ifadeyle geleceğin öğrencisi pasifleştirilmektedir.
- Geleceğin öğrencisine veya eğitimine dair görüşler incelendiğinde ortaya çıkan önemli sonuçlardan biri de; eğitimin geleceğini

“Dijital geleceğin öğrencisi, öğrenmesi ve eğitiminin nasıl olacağı” sorusunun cevabına güncel eğilimler üzerinden de bakılabilir. Teknolojik, sosyolojik, ekonomik, felsefi veya bilimsel birçok eğilimden söz edilebilir.

hayal edenlerin edebiyatçı, sanatçı, teknoloji uzmanları ve fütüristler olmasıdır. Başka bir ifadeyle eğitimciler alanlarının geleceğine dair hayal kurmamaları veya kursalar da yazıya, resme dökerek kanıtlatmamalarıdır.

- Radyo, sinema, televizyon, bilgisayar veya robotlar gibi her çağın popüler teknolojisine eğitimsel olarak önemli roller yüklenmiş ama aracın değil içeriğin önemli olduğu gerçeği göstermiştir ki; eğlence başta olmak üzere farklı içerikler eğitim içeriği karşısında zaferlerini ilan etmeyi başaramışlardır.

Bu çıkarımlardan hareketle geleceğin öğrencisini düşünürken; teknolojinin değil öğrencinin, öğrenmenin ve öğretmenin önemli olduğu ve eğitimin geleceğinin yine eğitimciler ve öğrencilerce hayal edilmesinin değerli olacağı göz ardı edilmemelidir.

“Dijital geleceğin öğrencisi, öğrenmesi ve eğitiminin nasıl olacağı” sorusunun cevabına ikinci olarak güncel eğilimler üzerinden de bakılabilir. Teknolojik, sosyolojik, ekonomik, felsefi veya bilimsel birçok eğilimden söz edilebilir. Ana eğilimin dijitalleşme olduğu ve birçok iş ve hizmetin sayısallaşarak sanal mecralara taşındığı lakin arka planda yoğun bir ticarileşme motivasyonunun olduğu görülmektedir. Eğitim bağlamında da bunun en dikkat çeken örneği Khan Akademi platformudur. ‘Dünyanın her yerinde herkese ücretsiz eğitim’ sloganıyla popülerleşen uygulama aynı zamanda

herkese kendi hızında öğrenmeyi vaat etmektedir. Yenilikçi vaatlerine karşılık oldukça eski bir eğitim yaklaşımı olan ‘Tam Öğrenme’ye dayanan platformda öğrenciler bu yaklaşım çerçevesince bir konu alanıyla ilgili video setini takip etmekte, her bir videodan sonra çoktan seçmeli testlerle karşılaşmakta ve tek bir yanlış olsa bile videoyu yeniden takip etmek zorunda kalmaktadır. Hiç hata yapmazsa da hızla bir diğer konu anlatımı videosuna geçmektedir. Böylece tüm video setinin bitirdiğinde öğrencinin eksiği olmadan konunun hepsini (tamını) öğrendiği varsayılmaktadır. Platformun fikir babası Salman Khan, uygulamayı tanıttığı Dünya Okulu adlı kitabının giriş kısımlarında ABD’nin girişimcilik yönünden dünyanın en zengin toprakları olduğundan ve dünyanın farklı ülkelerindeki zeki insanları çekmeyi başardığından söz etmekte ve bu durumun ne kadar devam edeceği konusundaki bulanıklığı dile getirmektedir. Bu açıklamalar platformun arka planı konusunda küçük soru işaretleri oluşturmakla birlikte; 2012 yılında Psychology Today’da verdiği bir röportajda sorulan “*Khan Academy’nin bir sonraki Einstein’ı bulmamıza ve geliştirmemize yardımcı olabileceğini düşünüyor musunuz?*” sorusuna verdiği cevapla tereddütleri ortadan kaldırmaktadır. “...*Kim bilir? Artık bunun daha ölçkelenebilir bir şekilde beslenebileceği ve daha ölçkelenebilir bir şekilde tanımlanabileceği bir gerçekliğe gidebiliriz. Ve bu internetin güzelliği. Çevrelerindeki dahi olmayan insanlar tarafından pek takdir edilmeyen dâhilerin klasik bir örneği vardır, sonra onlara aptal oldukları söylenir ve böylece kendilerinin bir hiç olduğunu düşünürler. Ancak internet artık bu dehanın bu açığa çıkmasına izin veriyor ve umarız dünya çapındaki diğer dâhiler de bu dehayı olduğu gibi tanıyacaktır.*” Dünyanın her yerinde herkese ücretsiz eğitim sloganının arka planda ‘dünyanın her yerinde her zeki çocuğu keşfetme anlamına geleceği ve platformun zeki çocukları belirleyip burs teklif ederek ABD’ye taşınmasının yolu olabileceğini göstermektedir. Lise matematik (ayrıca fizik, kimya ve tarih de olabilir) video setini dünya ortalamasının çok üzerinde bir sürede ve doğrulukta tamamlayarak en yakın takipçilerine büyük bir fark atan beş farklı ülkedeki 5 farklı öğrenci gibi... Platform yapay zekâ uygulaması Khanmigo’nun da matematik, dil, tarih gibi farklı branşlardaki öğretmenliğin en



iyi algoritmalarını oluşturarak neler hedeflediği de sorgulamaya değerdir. Dünyanın her yerinde herkesin erişebileceği “en iyi öğretmenleri temsil eden algoritmalar veya yapay zekâlar” ... Khan Akademi benzeri ticarileşme motivasyonuna sahip güncel eğilimlere veya girişimlere karşı çözüm olarak “öğrenci, öğrenme veya eğitime” değer verecek şekilde “verinin, algoritmaların veya yapay zekânın” iyiye kullanımını öncelemek gerekiyor.

Dijital geleceğin öğrencisi, öğrenmesi ve eğitiminin nasıl olacağı sorusunun cevabına üçüncü ve son olarak da gelecek öngörülerini/tahminlerini içeren prospektif bir bakış açısıyla yaklaşıldığında ilk olarak fütürist Thomas Frey’in görüşleri dikkat çekmektedir. Frey gelecekte üniversite diplomasının daha anlamsız kalacağını; program tamamlamak için değil ders veya dersler almak için üniversiteye gidileceğini ileri sürmektedir. İşveren ne istediğini biliyorsa ona en uygun çalışmanı bulabilme imkânı ortaya çıkacağı için bireylerin işverenlerin istekleri doğrultusunda kendilerini geliştireceklerini öngörmektedir. Dijital mecralar bireyler hakkında oldukça fazla veri toplayabilmekte ve olası kişisel veri miktarı da giderek artmaktadır. Her insanın ölçülebilir bilgi küresi<sup>1</sup>, arzu ettikleri hedef kürenin<sup>2</sup> üzerine yerleştirilecek ve sistem algoritmaları, hedefe yaklaşmaları için bireyleri sürekli olarak yönlendirecektir. Örneğin bireylerin 947 farklı fiziksel ve beşeri özellik kategorisinde derecelendiren bir dizi değerlendirmeden geçmesi gibi. Bireyler eksik oldukları noktalarda kendilerini geliştirecek kısa süreli eğitimler almayı tercih edeceklerdir. Buna yönelik olarak da Frey drone pilotu okulu, veri görselleştirme ve analitik okulu, gizlilik yönetimi akademisi, 3D gıda yazıcısı şef enstitüsü gibi mikro kolej eğitimlerinin söz konusu olacağını ifade etmektedir.

1 Bireylerin sahip oldukları mevcut bilgi, beceri ve yeterlikleri.

2 İşverenin çalışmada sahip olmasını bekledikleri bilgi, beceri ve yeterlikler

21. yüzyıl dünyasında eğitimin hâlen 19. yüzyıl düşüncesi ile yürütülmesini eleştiren Papert, çocukların yaşa göre sınıflara ayrılmasını ve doğrusal bir müfredatla eğitim görmelerini üretim hattı modeline benzetip eleştirmektedir.

Geleceğe dair dijital olmasa da zamana göre değişmeyecek asıl hususun ne olacağı konusunda önemli ipuçları veren Seymour Papert ismi de öne çıkmaktadır. 21. yüzyıl dünyasında eğitimin hâlen 19. yüzyıl düşüncesi ile yürütülmesini eleştiren Papert, çocukların yaşa göre sınıflara ayrılmasını ve doğrusal bir müfredatla eğitim görmelerini üretim hattı modeline benzetip eleştirmektedir. Teknolojik gelişmelerin de etkisiyle okul ile toplum arasındaki uçurumun giderek arttığını ve bu sürecin tedbir alınmazsa okul sisteminin çöküşünü görene kadar devam edeceğini ifade etmektedir. Popülerin etkisinde kalmayıp hakikate ulaşma konusunda Papert'ın özellikle şu görüşünün altı çizilmelidir: *“Gerçekten rekabetçi olan tek beceri, öğrenebilme becerisidir...”* Bu sözler ‘öğrenci’ sözcüğüne itiraz ederek; bilgiyi, beceriyi, öğrenmeyi talep eden, arayan, susayan manasında talebe kelimesini tercih eden Cemil Meriç’i hatırlatmaktadır.

Isaac Asimov “2014 Dünya Fuarı’na Ziyaret” adlı çalışmasının bir bölümünde şu sözlere yer vermektedir: *“...2014 Dünya Fuarı’nda General Electric, kendi tasarladıkları robot hakkında 3 boyutlu bir film gösterime sunacak: Tertipli düzenli ve tüm temizlik işlerini istenilen zamanda yapan ‘geleceğin robotu’. Tabii filmi izlemek için 3 saat sıra beklemek gerekecektir, çünkü bazı şeyler hiç değişmez...”* Gerek geçmiş gerek bugün gerekse geleceğe yönelik görüşler yenilikçi birçok bakış açısı içerse de değişim her zaman kolay olmuyor, özellikle de eğitim söz konusu olduğunda.



Seymont Papert, zaman içinde sihirli bir seyahatten sonra kendini modern bir ameliyathanede bulan bir on dokuzuncu yüzyıl cerrahının öyküsünü anlatır. Cerrah hiçbir aleti tanımaz, ne yapacağını ya da nasıl yardımcı olabileceğini bilemez. Modern teknoloji cerrahiyi onun bilgisinin çok ötesinde dönüştürmüştür. Oysa aynı zaman makinesiyle bir on dokuzuncu yüzyıl okul öğretmenini modern bir dersliğe gelmiş olsaydı, önemsiz bazı ayrıntılar dışında, kolaylıkla yirminci yüzyıldaki meslektasının bıraktığı yerden derse devam edebilirdi. Eğitimin değişime direnen bir görüntüsü olmakla birlikte dijital çağda da öğrencinin ve öğrenme becerisinin merkezde olduğu bir bakış açısından vazgeçilmemesi gerekiyor.

Türkiye özelinde dijital gelecek bizim çocuklarımız için de elbette yeni ufuklar açabilir; yeter ki fırsatların farkına varalım. Rahmetli Oktay Sinanoğlu hoca bu konuda çok mücadele verdi. Bir konuşmasında dediği gibi: *“Matematiğe özel bir yakınlığı var bizim milletin. Bu yakınlık ırktan değil, konuştuğumuz dildedir. Türkçe matematiğe en çok benzeyen dildir. Ayrıca, Türkçe okunduğu gibi yazılan, yazıldığı gibi okunan bir dil olduğundan bilgisayar için en yakın dildir.”* Benzer görüşler MIT Media Lab kurucusu ve dünyanın önemli teknoloji uzmanlarından ve fütüristlerinden biri olarak görülen Nicholas Negroponte tarafından da dile getirilmiştir. *“Sözcük*



*düzeyinde Türkçe, bir bilgisayar konuşma yaratıcısı açısından rüyalarının gerçek çıkması gibi bir şeydir.”*

Sanırım burada geçmiş, bugün ve gelecek dışında zamana sığmayan bir boyutu dillendirerek yazıyı bitirmek evla olacak: “Bizden...”

Artık kendimize, özümüze de dönmemiz gerekmiyor mu?

Çocuklarımız için bunu yapmak zor olmasa gerek...

## Kaynakça

Altun, Adnan (2020). Gelecek okuryazarlığı ve sosyal bilgiler öğretimi. İçinde, M. Aydın & S. İnan (ed.), Dr. Kemal Daşcıoğlu'na Vefa Kitabı (29-41). Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Asimov, Isaac (1964). 2014 Dünya Fuarı'na Ziyaret. URL (21.09.2023): <https://www.bilimkurgukulubu.com/genel/inceleme/isaac-asimov-2014-dunya-fuarina-ziyaret/>

Frey, Thomas (2014). Gelecekle İletişim. İstanbul: Nail Kitabevi

Frey, Thomas (2016). Epiphany Z: 8 Radical Visions for Transforming Your Future. Morgan James Publishing.

Günay, Hanife (2021). Türkçe ve Oktay Sinanoğlu Üzerine

Birkaç Söz. URL (20.09.2023): [http://corlu.meb.gov.tr/meb\\_iys\\_dosyalar/2021\\_08/11151918\\_Kalem\\_Dergi\\_SayY\\_2.pdf](http://corlu.meb.gov.tr/meb_iys_dosyalar/2021_08/11151918_Kalem_Dergi_SayY_2.pdf)

Khan, S. (2017). Dünya Okulu, Eğitimi Yeniden Düşünmek. İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.

More, Thomas (2010). Ütopya. İstanbul: Dergah Yayınları.

Negroponte, Nicholas (1996). *Dijital Dünya*. (Çev. Z. Dicleli). İstanbul: Türk Henkel Yayınları-5.

Papert, Seymour (1998). Child Power: Keys to the New Learning of the Digital Century. URL (20.09.2023): <https://dailypapert.com/child-power-keys-to-the-new-learning-of-the-digital-century/>

UNESCO (2018). Transforming the Future: Anticipation in the 21st Century. (Ed.) Riel Miller. URL (21.09.2023): <https://digitallibrary.un.org/record/1494609>

Wai, Jonathan (2012). Five Lessons from Salman Khan on the Future of Education. URL (20.09.2023): <https://www.psychologytoday.com/intl/blog/finding-the-next-einstein/201212/five-lessons-salman-khan-the-future-education>

<https://paleofuture.com/> (Matt Novak; Paleofuture)

<http://www.khanacademy.org.tr/> (Salman Khan)

<https://blog.khanacademy.org/teacher-khanmigo/> (Khanmigo)

FULYA

ÖZTÜRK

İLE RÖPORTAJ

Gazeteci, Muhabir

Sevde Nur ÖZKAN

RTÜK İletişim Dergisi  
Yayın Kurulu Üyesi

“ Ben bu işi neden yapıyorum? Ben yaptığım her işte anlamlı bir sonuç ararım. Yani bir faydası olsun isterim ve bunu çok severim. Bu işi yapmamdaki en büyük amaç; insanlara faydalı olmaktır.







**T**ürk kamuoyu sizi “Benim için önce insanlık, sonra mesleğim gelir. Mesleğim çok kutsal ama ben biraz hassas ve duygusalımdır.” diyen bir gazeteci ve haber muhabiri olarak tanıdı. RTÜK İletişim Dergisi okurları için Fulya Öztürk’ü biraz daha tanıyabilir miyiz?

Adana doğumluyum. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi’ni bitirdim. Üniversiteye başladığım ilk yıl benim televizyonculuk maceram başladı. Çok zor elemelerden geçerek staj hakkı kazandım. O zaman Star TV’ye girdim. Staj On-Air diye bir program vardı. Oraya kabul edildim. Daha sonra Star TV bizi yetiştirdi. 2006 yılından beri 17 yıldır

televizyon camiasındayım. Farklı farklı alanlarda çalıştım ama uzun yıllardır habercilik yapıyorum. Ben kafasına koyduğu bir şeyi yapmayı kendine ant içmiş bir insanım ve bu konularda inadımdır. Televizyonculuğu çocukluğumdan beri istiyordum. Özellikle habercilik kısmını istiyordum. Hedeflerim doğrultusunda çalıştım ve ilerledim. Çok zorlu süreçlerden geçtim ama hiç pes etmedim. Uzun bir dönem staj gördüm, ardından profesyonel anlamda iş hayatına başladım. Gerçekten bu işin ruhunu kavradım. Ben bu işi neden yapıyorum? Ben yaptığım her işte anlamlı bir sonuç ararım. Yani bir faydası olsun isterim ve bunu çok severim. Bu işi yapmamdaki en büyük amaç; insanlara faydalı olmaktır. Bugün gazeteciliği yapmıyor olsaydım



bile; ya bir yerlerde öğretmenlik yapardım ya da bir sivil toplum kuruluşunda çalışırdım. Kısacası; ben yine insana dokunan işlerin içerisinde olurdu. Televizyonculuğu ve haberciliği de bugün insanların sesi olmak, yüreklerine dokunmak için yapıyorum. Mesleğim, karakterimle de örtüştüğü için ben mesleğime adeta âşık oldum. Bu durumu, her defasında insanlığın faydasına kullanmaya gayret ettim. Rabbim ne kadar hayat verdi, ömür biçti bilmiyorum ama ömrümün son nefesine kadar ne iş yaparsam yapayım her zaman insana, insanlığa hizmet etmekten yanayım. Benim rotam bu: İnsanlığa faydalı olmak.

**Deprem bölgesinde depremzedelerin sesi oldunuz. Buralarda içinizi acıtan ve sizi duygulandırıp umutlandıran anılarınız oldu hiç şüphesiz. Bu anılardan birkaç tanesini bizimle paylaşabilir misiniz?**

Bu işi; insanlığa ses olmak, insanların sorunlarını dile getirmek için yapıyorum. Bir şehirde, mahalle, sokak ya da bir ailede haber neredeyse ben oradayım ve onu en doğru şekilde kamuoyuyla paylaşarak, yetkilileri bilgilendirmek için

6 Şubat'ta 04.17'de bu deprem oldu. Bana 04.21'de telefon geldi. Hiç o anı, o dakikayı unutamıyorum. Benim hayatım 04.21'den sonra çok değişti. Neden dersiniz; o kadar çok acı gördüm ki, bu benim üzerimden atamadığım bir ağırlık olarak kaldı. İçimde çok renkler vardı, birkaç renk soldu gitti.

koşturuyorum. Bizim mesleğimizin özü budur. Deprem bölgesinde çok acı şeylere tanıklık ettim. 6 Şubat'ta yaşadığım tam bir travmaydı. Hatay'daki aile dostlarımdan telefon geldi. Beni aradıklarında deprem daha devam ediyordu. Ben o depremin sesini bile hatırlıyorum. Oradaki bağırtıyı, çağırıtıyı duydum. 6 Şubat'ta 04.17'de bu deprem oldu. Bana 04.21'de telefon geldi. Hiç o anı, o dakikayı unutamıyorum. Benim hayatım 04.21'den sonra çok değişti. Neden dersiniz; o kadar çok acı gördüm ki, bu benim üzerimden atamadığım bir ağırlık olarak kaldı. İçimde çok renkler vardı, birkaç renk soldu gitti. Bunu asla bir abartı olarak söylemiyorum. Mesai arkadaşlarım bile "Sen 6 Şubat'tan öncesi ve sonrası diye ikiye ayrıldın, çok değiştin" diyorlar. Ben gerçekten çok neşeli, ele avuca sığmayan, mutlaka birilerine takılan bir insandım. Yine bu duygular özümde var ama dediğim gibi bir iki rengim soldu gitti ve ben daha bir ağırlaşmış olgunlaştım. Çünkü yaşadığım ve gördüğüm şeyler dünya üzerinde görülebilecek en büyük acılardan bir tanesiydi.

Kahramanmaraş'ta ilk akşam bir caddeden geçerken, o caddede durmak istedim ve indim. O caddeyi biraz gezdim, kafamı sağa çevirdim. Bir



perdenin hareket ettiğini ve perdenin arkasında bir cismin hareket ettiğini gördüm. Gördüğüm, 14 yaşında Can adındaki bir çocuğun eliydi. O çocuğu tevafulken fark edişim, bulmak için mücadele verişim, internetin ve telefonun çekmediği, navigasyonun olmadığı bir yerde adeta mucize gibiydi. Buradan ayrılırsam bu sokağa bir daha nasıl gelebilirim diye düşündüm. Ben Can'ı fark ettim ve gördüm. Bir el oynuyordu perdenin arkasında. Onu yormadan çok az konuşturdum ve ismini, yaşını, bulunduğu katı, sağlık durumunu sorarak bilgi aldım. "Söz, seni oradan kurtaracağız dedim." Ama arabaya binerken her taraf zifiri karanlık olduğu için aynı yeri bir daha bulamazsam diye çok korktum. Kâğıda yolları çizdiğimi hatırlıyorum. Kahramanmaraş İl Emniyet binasının içerisinde bir kriz masası kurulmuştu. Oradan bir ekip rica ettim. Kameraman arkadaşımın yolu o kadar hafızamıza kazımışız ki, caddeyi bulup ekibi oraya götürdük.

Daha sonra 6-7 saat süren bir operasyonla 14 yaşındaki Can'ı kurtardık. Onun şu an hayatta ve sağlık durumunun iyi oluşu bana dünyalar bahşediyor adeta. Bir de 17 yaşında Hedil isimli bir kızımızın yedinci günde sağ olarak kurtarılışını ve ilk sesini hatırlıyorum. Arama kurtarma görevlisi mikrofonumu enkaz içerisindeki Hedil'e uzattı ve

"Ben iyiyim" deyişini bütün Türkiye duydu. Bu bir mucizeydi.

Depremde peş peşe çıkan cansız bedenleri teşhis etmeye çalışan insanların oradaki gözyaşlarını hiçbir zaman unutamayacağım. Deprem farkındalığının oluşması için de bu acıların unutulmasını hiç istemiyorum. Artık insanlarımız bu çürük binaların altında can vermesin. Bizim ülkemiz bir deprem ülkesidir. Bu artık yadsınamaz ve uzmanlar 'burada deprem olmaz diyebileceğiniz bir yer yok' diyor. Kayseri'de de olur, Konya'da da olur, her yerde olabilir. Fay hatlarıyla dolu bir ülkeyiz. Dolayısıyla bizim daha çok farkında olmamız ve bu açılardan ders çıkarmamız gerekiyor.

Deprem bölgesinde çok mucizelere tanıklık ettik ama ne yazık ki bu mucizeler, acılardan daha azdı. Aklıma mucizeler geldikçe evet içimde bir sevinç oluşuyor fakat 6 Şubat ve sonrası denildiği zaman da içimde hep acı bir hüznün oluşuyor. Burada şunun da altını özellikle çizmek isterim ki, biz çok güzel bir milletiz. Almanya'dan, Polonya'dan arabalarıyla, otobüslerle gelen gurbetçilerimiz ve Türkiye'nin dört bir yanından akın akın koşup gelen insanımız, orada bir şeyler yapmak için varını yoğunu seferber etti. Bu dayanışma ruhu ile hep gurur duyduğum. Allah birlik ve beraberliğimizi daim etsin, hiçbir



zaman bozdurmasın. İyi günde de kötü günde de daima güçlü ve demir bir yumruk gibi olsun. Ülkemizde yardım kolisi yapmayan, yardım paketi hazırlamayan bir ev yoktu bence.

Dayanamadığım ama 'güçlü olmak zorundayım' dediğim çok anım oldu. Akşamları konteynırda, çadırda, bazen otelde, bazen arabada hep farklı bir yerde konaklıyordum. Kahramanmaraş'ta görevliyken sürekli Gaziantep'e gidip geldim. Gaziantep'te sağlam bir otel vardı. Mecburdum, girmem gerekiyordu ama korkuyorduk da. Bir yandan da travma vardı tabii. Hep baş dönmesi yaşadım ve uyuyamıyordum ama 3-4 saat de olsa uyumam lazımdı. Bu sıkıntıyı yaşadığımı ekip arkadaşlarıma da söylemek istemiyordum. Gece herkes odaya girdikten sonra ben, bizim şoför abiyle 'hiç kimseye bir şey söylemeyeceksin' diye anlaşıp özel bir hastaneye gidip serum alarak biraz uyuyarak sabahleyin tekrar gelip, ekip arkadaşlarıma belli etmiyordum. Bu şekilde ayakta kalmaya çalışıyordum. Elbette oradaki insanların yaşadığı acıların yanında, benim yaşadığım sıkıntı ve acının hiçbir önemi yoktu.

**Ülkemizde yaşanan, milletimizi derinden sarsan ve dünyayı etkileyen deprem felaketinde sorumlu yayıncılık anlayışıyla sahada çalışmanın güçlüklerinden de biraz bahsedebilir misiniz?**

Doğru bilgi vermek en önemlisidir. Toplumu galeyana getirmemek, kullandığın her kelime orada çok mühimdir. Ben orada sorumlu yayıncılık neyi gerektiriyorsa, her şeyi açık açık, net ve samimiyetle anlattım. Kulaktan dolma hiçbir şey söylemedim. Çünkü doğruluğunu teyit etmediğim bir bilgiyi paylaşırsam, bunun çok büyük felakete yol açabileceğinin bilincindeydim. Bu nedenle yayında aldığım ve daima doğruluğundan emin olduğum bilgileri paylaştım. Bizim oradaki amacımız; nerede bir eksik ve sıkıntı varsa doğrudan onu ilgili birimlere ulaştırmak. Böylesi durumlarda yetkililerin televizyonları takip ettiği bilinen bir gerçek. Orada bir yere iş makinesi mi gerekiyor, başka bir ihtiyaç mı var ben o adresi vererek işlerin en doğru ve en hızlı şekilde yerine ulaşmasına gayret ettim. Her zaman vatandaşın işi görülsün, onların sıkıntısı giderilsin şeklinde bir mantıkla, sorumluluklarımın farkında olarak yayıncılık yaptım. Yapacağın

“Bilmediğim bir şey varsa, yayında ‘bilmiyorum’ dedim. Bildiğim bir şey varsa da; ‘eğriye eğri, doğruya doğru, kimse gücenmesin, kırılmasın bu iş böyle arkadaş’ dedim. Rol yapıp insanları aldatmadım. Yüreğimin ısınmadığı, istemediği hiçbir şeyi dökmedim dilimden.

her şey, söylediğin her söz bir sorunun kilidini de açabilir, çok büyük felaketlere de götürebilir. Onun için doğru olanı, doğru bir şekilde yerine getirmek gerekiyor.

Geçtiğimiz günlerde Hatay’a gittiğimizde bir haber yaptım. Hatay’da enkazda çalışacak personel aranıyor ama işverenler personel bulamıyor ve seslerini duyuramamışlar. Ben gittim ve orada bir haber yaptım ve o haberi de birkaç defa girdik. Biliyor musun, yaklaşık yüz kişi iş sahibi oldu o haber sayesinde. İşte, yani yaptığım işin gücü ve güzelliği de bu gerçekten. İşveren beni aradı, dedi ki: “Fulya Hanım çok teşekkür ederim, ben haftalardır eleman bulamıyorum, işler ağır gidiyordu. Yaptığımız haber sayesinde bir sürü insan haberdar oldu ve biz yüz kişiyi işe aldık.” Şimdi ben bu işi nasıl sevmeyeyim yani!

**“Fulya: Gözyaşının Zafere Dönüş Hikâyesi”** adıyla **Azerbaycan Türkü’nün Dağlık Karabağ Savaşı sırasında yaşadıklarını anlatan bir belgesele konu oldunuz. Türkiye Azerbaycan Kardeşlik Ödül Töreni’nde “Karabağ Zaferi Özel Ödülü”** kategorisinde ödül aldınız. Ayrıca **Çocuk Hakları Zirvesi’nde “En Duyarlı Muhabir Ödülü”**ne layık görüldünüz. Bu ödüllere ve belgesele konu olan çalışmalarınız ve sizi bu ödüllere taşıyan meslek sırrınızı öğrenebilir miyiz?

Samimiyet ve insana verdiğim değer. Benim ikinci bir yüzüm yok, tek bir yüzüm var. Benim maskelerim yok, söylemim net ve dümdüz bir insanım. Toplum, ailemi, arkadaşlarımı, seyircilerimi hiç kandırmadım. Yıllardır bu işi yapıyorum. Bilmediğim bir şey varsa, yayında ‘bilmiyorum’ dedim. Bildiğim bir şey varsa da; ‘eğriye eğri, doğruya doğru, kimse gücenmesin, kırılmasın bu iş böyle arkadaş’ dedim. Rol yapıp insanları aldatmadım. Yüreğimin ısınmadığı, istemediği hiçbir şeyi dökmedim dilimden. Bence başarımın en büyük sırrı; özümden gelen hakiki samimiyet ve sahici bir insan olmam. Bütün insanlara, Yaradanın yarattığı aynı varlıklar olarak daima sevgi ve saygıyla yaklaştım. Ben bu dünyanın çok gelip geçici bir yer olduğunun farkındayım. Allah bize bir ölüm saati verdi ama biz bu ölüm saatini bilmiyoruz. Bu saati bilmediğin bir dünyada sen artistlik yapamazsın. Sen bir acizsin ve sen bir kulsun. Dolayısıyla, aciz olduğun bir dünyada maneviyata daha bir yönelmek gerektiğini düşünüyorum. Bu dünyada kırmaktan, dökmekten,





öfkeden ve sevgisizlikten yana değilim. Sevgiden, iyi bir iz bırakmaktan ve örnek olmaktan yanayım. Daha derin düşünmek ve yaşamak lazım. Bu dünya elbette bir gün bitecek ve ben arkamda iyi şeyler bırakmak, iyi şeylerle anılmak istiyorum. Bu dünyaya çok şeyler yüklemiyorum yani. O yüzden herkes bana diyor ki “Sen yorulmuyor musun, sen niye böyle yapıyorsun, sen ne kadar değişkinsin.” Ben değişik değilim. Ben sadece hayatın formülünü çözdüm; bir sıkıntım, bir derdim olsa da ‘bunlar dünyalık iş, nasıl olsa bir gün bitecek’ diyorum. Bu biraz işin felsefesini kapmakla alakalı bir şey. O zaman hem sen kendini üzümüyorsun, hem de hayırlı bir insan ve kul oluyorsun.

**Tolstoy “Acı duyabiliyorsan, canlısın. Başkalarının acısını duyabiliyorsan, insansın.” der. Yokluğun, yoksulluğun ve acının yaşandığı Afrika’da ve Arakan’da siz de haber muhabiri olarak bulundunuz. Bu bölgelerde birçok iyiliğin gerçek sahiplerine ulaşmasına vesile oldunuz. Bu yaşadıklarınızdan yola çıkarak; iyiliğin ve merhametin bütün dünyaya yayılmasında medyanın etkin rolü sizce ne olmalı?**

Medyada; farkındalığı yüksek, insanî değerleri oturmuş, empati yeteneği olan insanlar çalışmalı. Her önüne gelen bence medya sektöründe çalışmamalı. Medya çok büyük bir güç. Özellikle

Artık birer dakikalık haberler yapılıyor. Çünkü insanı o hızı sen verdin. Kısa kısa videolar ve merak duygusu ile sosyal medya daha bir takip edilir oldu. Bu yaklaşım, televizyonculukta da sosyal medya formatlarına uygun bazı çalışmaların yapılmasına sebep oldu.

habercilik. Elimize aldığımız mikrofon çok kıymetli ve büyük bir gücü temsil ediyor. Dolayısıyla o mikrofonu elinde tutan ve ekranın önünde olan kişi çok iyi seçilmeli. Her şeyden önce; iyi insan olmalı, toplum faydasını gözetmeli, vatanına, bayrağına saygı duymalı ve ülkesinin çıkarlarının yanında duran insanlardan oluşmalı.

Medyada göstereceğiniz bir örnek milyonlarca insanı etkileyecektir veya ekran önündeki bir kişi milyonlarca insanın örneği hâline gelecektir. İyi ve güzel örnekler, kalpten gelen sözler çok mühim.

Ekranaya çıkan insanların sevgi dilini kullanması, kıskırtıcılık ve nefret dilinden kaçınması gerekir.

Afrika'da ve Arakan'da da dünyayı büyük bir aile gibi düşünerek, o insanlara yardım elinin uzanmasına köprülük yaptık. İyiliği vererek sadece sizin yapmanız iyilik değildir. Bizim inancımızda ve kültürümüzde, iyiliğe sebep olmak da, o iyiliği aynen yapmak gibidir. Bütün mesele iyi niyet ve samimiyettir. Acı çeken insanların acısını dindirmek, yarasına merhem olmak, dünyada insanı mutlu edecek en önemli iştir. Yüzünüze tebessüm etmesi, teşekkür etmesi ve bir de size dua etmesi var ya, her şeye değer de artar bile.

**Geleneksel medya tarafından ciddiye alınan sosyal medya, günümüzde önemli bir iletişim kanalı olarak ortaya çıkmış bulunmakta. Geniş halk kitleleri tarafından takip edilen, tanınmış bir gazeteci ve muhabir olarak; habercilik kültürünün, sosyal medyadan ne yönlerde etkilendiğini düşünüyorsunuz?**

Evet, sosyal medya büyük bir güç. Elimiz, gözümüz sürekli sosyal medyada ve bu bizim karakterimize de yansdı. Sosyal medyada videolar elli saniyeden fazla gitmiyor, çünkü insan sıkılıyor. Seni böyle hipnoz etmeye çalışıyorlar orada. Böyle bir dipsiz kuyuda gibi hissediyorsunuz kendinizi. İnsanların izleme alışkanlıkları, izleme süreleri ve tahammülleri de değişti. Artık birer dakikalık haberler yapılıyor. Çünkü insanoğluna o hızı sen verdin. Kısa kısa videolar ve merak duygusu ile sosyal medya daha bir takip edilir oldu. Bu yaklaşım, televizyonculukta da sosyal medya formatlarına uygun bazı çalışmaların yapılmasına sebep oldu. Yani daha hızlı, daha dinamik, daha bir dikkat çekici görseller hazırlanmaya başlandı. Bugün artık sosyal medyada yapılan içerikler, televizyonlarda haber olmaya başladı. Bu mecra, artık yadsınamaz bir mecra. Sosyal medyada konu ve gündem olan bazı şeyler, günlerce televizyonlarda da tartışılan konular oluyor. Hatta diyebilirim ki, sosyal medya, zaman zaman televizyon gündemine de yön veriyor.

Sosyal medya büyük bir güç şüphesiz. Fakat sosyal medyanın avantajları kadar dezavantajlarının olduğunu düşünüyorum. Her önüne gelenin her videoyu yüklediği, yalan yanlış her yorumu yaptığı

çirkin bir mecra hâline de geldi. Bunun için birtakım resmî önlemlerin alınmasından da yanayım. Herkes sosyal medyada kullanıcı olmamalı. Her video paylaşılmamalı, bilen bilmeyen herkes yorum yapmamalı. Bankacılık sistemi gibi daha ciddi bir şekilde kullanıcı girişi olmalı bence. Eğer bir yasa gerekiyorsa yasa da olmalı. Bütün bunların bir önlemi olmalı. Çünkü insanlara yeri geliyor itibar suikastı yapılıyor. Özellikle siyasetçilere de bunlar yapılıyor. Bir de artık günümüzde deepfake diye bir şey var. Bunu sosyal medyada Cumhurbaşkanımız Recep Tayyip Erdoğan'a bile yaptılar. Sesini taklit ederek dolandırıcılık yapıldı. Yani öyle bir çağdayız ki dijital çağın faydası kadar olumsuz yönleri de var. Sosyal medya da aynı şekilde. İtibar suikastları, algılar ve yanlış haberler yapılıyor. Tamamen kulaktan dolma ve uydurma bilgilerle insanları galeyana getirenler oluyor. Dolayısıyla ben bu konuda mutlaka bir an evvel yasalar çerçevesinde önlemler alınması gerektiğine inanıyorum. Yoksa bu yedi başlı dev gibi önüne çıkamı yıkıp yok edebilir bir silaha dönüşebilir.





**Çağımızda savaşlar şekil değiştirdi. Savaş meydanlarından önce medyanın bir silah gibi kullanılmasıyla; inanç ve kültürel değerlerle ilgili manipülasyonlar yapılarak zemin hazırlanıyor. Sahadan önce masada kazanmak hedefleniyor. Hâl böyle olunca, medya okuryazarlığı her zamankinden daha fazla önem kazanmış bulunuyor. Bu durumda bilgiyi nasıl sorgulayacağımızı öğrenerek, ülkemiz ve dünyadaki önemli gelişmeler hakkında doğru bilgi edinmemizi sağlayacak zihni koruma yollarımız neler olmalı?**

Medya okuryazarlığı tam da bunun için çok önemli. Herkesin bu eğitimi alması ve sosyal medyada her gördüğüne inanmaması lazım. Benim neredeyse haftada üç günüm annemin sosyal medyadan gördüğü ve duyduğu uydurma bilgilerin yalan ve yanlış olduğunu söylemekle geçiyor. Bu yönde telefon görüşmeleri yapıyorum. “Anne, ben buradayım, böyle bir şey yok diyorum.” Ama sosyal medyada bu şekilde yazılmış olduğunu söylüyor. Ben bunlara inanmaması gerektiğini söylüyorum. Herkesin öncelikle kendi süzgecinin olması lazım. Bu konuda insanları ikna etmek gerekiyor. Bakın arkadaşlar, elinizdeki bu telefonda sosyal mecralarda

her şey doğru değildir. Hatta bence her sosyal medya mecralarına girdiğimizde herkes bilgisayarını açtığı anda otomatik olarak bu uyarı gelmeli. ‘Okuduğunuz her şeye inanmayın!’ diye uyarı bilgileri çıkmalı yani.

Bugün sosyal medyaya baktığımız zaman birçok bilginin, dolaşan yorumların ve fotoğrafların %70’i ne yazık ki asılsız ve yalan çıkıyor. Bu durumda yapılabilecek en önemli iş; medya okuryazarlığının daha etkin ve yaygın hâle getirilmesi zaruretidir.

**Mesleğiniz konusunda yeni nesil meslektaşlarınıza olmazsa olmaz gördüğünüz tavsiyelerinizi alabilir miyiz?**

Genç arkadaşlara şunu söylemek isterim: Bu mesleği yapmak isteyen, düşünen varsa kendisine: “Öncelikle benim karakterim, mizacım, yapım bu mesleğe uygun mu?” diye bunu ciddi bir şekilde analiz etsin. Çünkü bu meslek, kişinin kendisinden çok feragat ettiği, fedakârlık yapmasını gerektiren bir meslek. Gerçekten para için yapılacak bir meslek değil. Bu iş, anlayana ve kavrayana felsefeye dayalı bir meslek. Yeri geliyor gereken şeyleri gerektiği zaman yapamayabiliyorsunuz. Ben mesela yeğenimin doğumuna gidemedim, arkadaşımın düğününe gidemedim vs. O kadar çoktur ki



“Düşünsenize, iki üç kişiye değil, bir anda milyonlarca insana hitap ediyorsunuz. Sorumluluğu çok yüksek bir iş bu gerçekten. Milyonlarca insanın gözü önündesiniz. Şimdi bir de popüler olmak isteyenler var. Popüler olmak için rol, taklitçilik ve -miş gibi yapanlar var. Onları zaten sistem eliyor.

ıskaladığım şeyler. Bunu yapmaktan başka çareniz de yok. Bu mesleğin doğası bunu gerektiriyor.

İletişimi ve empati yeteneği güçlü olmayan, iyi niyetli olmayan birisinin bu meslekte başarılı olabileceğini, daha doğrusu etkili olabileceğini düşünmüyorum. Yetenekli olacaksın ve mesleki becerin sağlam olacak ama en önemlisi düzgün bir karaktere sahip olacaksın. Mesela insanlar beni tanıyınca sevdiler ve ne dediler: ‘Evet, bak kız samimi bir kız ve işte doğruları anlatıyor’. Bunun içinde neler vardı: Samimiyet vardı, empati vardı, insanı sevmek vardı, faydalı olmak vardı. Hepsi benim yapım ve karakterimde olan şeyler. Dolayısıyla bu yüzden etkili oldum.

Her önüne gelen bu işte bence çalışmamalı. Düşünsenize, iki üç kişiye değil, bir anda milyonlarca insana hitap ediyorsunuz. Sorumluluğu çok yüksek bir iş bu gerçekten. Milyonlarca insanın gözü önündesiniz. Şimdi bir de popüler olmak isteyenler var. Popüler olmak için rol, taklitçilik ve -miş gibi yapanlar var. Onları zaten sistem eliyor. Sadece yer dolduruyorlar, yapmasınlar. Bizim işimizin zamanı yok, her an bir şey olabilir. Telefonum çalabilir, ben bir yere gidebilirim ve dört ay evime gelmeyebilirim. Bu böyle bir iş yani. Bütün bunların bilincinde olmak lazım. O zaman insan başarılı da oluyor, etkili de.

### Son olarak bundan sonrası için neler düşünüyorsunuz ve temennileriniz...

Ben böyle kapalı ofislerde durabilen birisi değilim. Ruhum özgür olduğu için ve hep merakım olduğu için bir yerlere gitme isteğim var. Seyahatimin birisi bitmeden bir diğerini planlamaya başlıyorum. Bir yerlerde olmak, toplumun ve insanlığın içinde olmak, sorunları dile getirmek yaptığım mesleğimin de bir gereği olarak beni mutlu ediyor. O yüzden yine yeni yerlerde, başka şehirlerde mutlaka yeni haberlerle hepinizin karşısında olacağız. Her zaman güzel haberler ve güzel şeyler olsun, biz de güzel haberler verelim. Hayat, dünya çok değişti, eskiye nazaran tahammül seviyesi çok düştü. İnsanların birbirine sevgisi ve saygısı çok azaldı. Bunların yeniden çoğalacağına olan inancım la çok çalışmamız gerektiğine inanıyorum. İstiyorum ki sevgi, saygı ve liyakatin bol olduğu, sadece televizyonculukta değil her meslekte liyakatli, işi bilen, samimi, iyi niyetli, güzel insanların çoğaldığı bir dünya olsun inşallah. Sevgimiz ve saygımız bol olsun birbirimize. Bu duygularla ben de okuyucularımıza selam, sevgi ve saygılar sunuyorum. Her şey mutlu ve huzurlu bir Türkiye için, bir arada yaşamayı başarabilen bir dünya için...





Dr. İbrahim USLU  
RTÜK Başkan Yardımcısı

# YEREL VE BÖLGESEL YAYINCILAR BULUŞMASI

*Anahtar kelimeler: medya regülasyonu, yerel yayıncılık, bölgesel yayıncılık, haber alma özgürlüğü, kamuoyu bilinci*

*Medya temelde üç başlık altında kategorize edilebilmektedir. Bunlar; ulusal, bölgesel ve yerel sınıflardır. Bir medya kuruluşunun bu dağılımdaki yeri; büyüklüğü, coğrafi dağılımı ve işlevi gibi özelliklerine göre değerlendirilmekte ve belirlenmektedir.*



**İ**nsanoğlunun varlığının doğal bir çıktısı olan iletişim, yüzyıllar boyunca farklı araçlar ile hayatımıza dâhil olmayı başarmıştır ve toplumsal yaşamın merkezinde yer almıştır. İnsanoğlunun merak duygusu ve öğrenme isteği haberleşme eyleminin başlatıcısı olmuştur. Haberleşme ise toplumların geçirmiş olduğu dönüşümler ile beraber kendisini güncelleyerek günümüz çağdaş medyasını oluşturmuştur.

Medya temelde üç başlık altında kategorize edilebilmektedir. Bunlar; ulusal, bölgesel ve yerel sınıflardır. Bir medya kuruluşunun bu dağılımdaki yeri; büyüklüğü, coğrafi dağılımı ve işlevi gibi özelliklerine göre değerlendirilmekte ve belirlenmektedir. Dolayısıyla ülke genelinde faaliyet gösteren kuruluşlar ulusal; yayınlarını coğrafi bölge içindeki illerin toplam nüfusunun asgari yüzde yetmişine ve Üst Kurulca coğrafi bölge

“Yerel ve bölgesel medya, yerel ve bölgesel unsurlar ile onların sorunlarından yola çıkarak bölge halkını bilinçlendirme, bilgilendirme ve eğlendirme gibi faaliyetler yürütme misyonuyla serbest kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmaktadır.



içinde belirlenen illere ulaştırılan kuruluşlar bölgesel; en fazla bir ilin sınırları içine karasal ortamdan ulaştırılanlar ise yerel olarak sınıflandırılmaktadır.

Kültürel, politik ve toplumsal yönlerden kitle iletişim alanında oldukça önemli ve yerleşik bir konuma sahip olan radyo ve televizyon yayıncılığı, teknik ve vizyona dayalı gelişmeler karşısında olumlu ve olumsuz etkilere maruz kalmaktadır. Özellikle yerel ve bölgesel düzeyde çoğulculuk ve katılımcılığın temini olan medya kuruluşları da bu etkilerden nasibini almaktadır.

Yerel ve bölgesel medya, yerel ve bölgesel unsurlar ile onların sorunlarından yola çıkarak bölge halkını bilinçlendirme, bilgilendirme ve eğlendirme gibi faaliyetler yürütme misyonuyla serbest kamuoyunun oluşmasına katkıda bulunmaktadır. Yerel ve bölgesel medya en temelde bulunduğu belde ve bölgenin insanının bilgilendirmesi ve varsa bu kitlenin sorunlarının dile getirilmesi noktasında öncü bir role sahiptir. Ulusal benlik oluşumunun bir teminatı olan yerel kimlikler, işbu oluşumda büyük bir öneme sahiptir. Ayrıca sosyal, ekonomik ve politik alanın gündelik hayat içerisindeki konumunun ötesinde kültürel mirasın korunmasında da önemli bir rol oynamaktadır.

Bireylerin haber alma özgürlüğü, medyanın aktarım unsurlarıyla gerçekleşmektedir. Öncelikle yakın çevre hakkında haber alma eğilimi de ilgili bağlamda yerel ve bölgesel medya öğelerinin önemine işaret etmektedir. Ulusal medya için bir lokomotif sayılabilecek bu alan, demokratikleşme ölçütleri arasında sayılmaktadır.

Yerel ve bölgesel medya, cereyan eden olayları bölgenin kültürel özellikleri çerçevesinde ele alarak ve olayların neden ve nasılları ile sorgulayıp aktararak en temel sorumluluğunu yerine getirmektedir.

Yayın içerikleri bakımından milli manevi değerlerimiz noktasındaki hassasiyetleri gözetme ve bu bağlamda yayın yapma, bulunmuş oldukları ülkelerin, bölgelerin ve coğrafyanın kültürel dokusuna, kültürel değerlerine barışık bir şekilde onun doğasına uyarak elinden geleni yapan yerel ve bölgesel kuruluşlara sahip olduğumuza inanmaktayız. Bu nedenle Radyo ve Televizyon Üst Kurulu da yerel ve bölgesel yayıncılara aynı hassasiyetle karşılık verme gayesindedir. Ayrıca RTÜK bünyesinde gerek yerel mecrada gerekse ulusal mecrada yer alan yayıncı kuruluşlarımızın sayısının fazla olmasını bir zorluktan ziyade güzellik olarak değerlendirilmektedir.

Yerel ve bölgesel medya, cereyan eden olayları bölgenin kültürel özellikleri çerçevesinde ele

“ Kitleye yönelik yayın yapan radyo ve televizyonlar toplumun zengin tarihi ve kültürel mirasların aktarımına büyük katkı sunmakta ve medeniyetlerin izlerini geleceğe aktarmaktadırlar.

olarak ve olayların neden ve nasılları ile sorgulayıp aktararak en temel sorumluluğunu yerine getirmektedir. Bu noktada yayıncılığın geliştirilmesi maksadıyla sunulabilecek olanakların gerektiği noktada ve gerektiği ölçüde, gerçek anlamda

yayıncılık yapan medya hizmet sağlayıcı kuruluşların desteklenmesi için kullanılması yereldeki demokrasinin korunması, bilinçli bir kamuoyunun oluşması ve kamuoyunun güçlendirilmesi noktasında önem taşımaktadır. Bu noktada denetleyici ve düzenleyici bir kurum olan RTÜK, gerekli olan her alanda yapıcı ve destekleyici bir tutum sergilemekten geri durmamaktadır.

Çoğunlukla belli bir bölgeye endeksli yayın yapan yerel ve bölgesel yayıncılar toplumun özellikle hedef kitlesinde yer alan kesimi ile doğrudan iletişim içerisinde. Kitleye yönelik yayın yapan radyo ve televizyonlar toplumun zengin tarihi ve kültürel mirasların aktarımına büyük katkı sunmakta ve medeniyetlerin izlerini geleceğe aktarmaktadırlar. Ayrıca yerel ve bölgesel kanalların medyanın tek elde toplanmasının önlenmesindeki önemli bir basamaktır. Toplulukların ve bölgesel sivil toplum örgütlerinin kamuoyuna aktarılmasını





sağlayarak iletişimde çok sesliliği sağlamaktadırlar. Bu nedenle toplumun nabzını yakından takip ederek aktaran yayıncılarımız dezenformasyonun önlenmesi noktasında da önemli bir role sahiptirler. Bu bağlamda da sorumlu yayıncılık anlayışının gereklilikleri doğrultusunda hareket eden her bir medya hizmet sağlayıcı kuruluş hem yereldeki olayların ulusal mecrada bir sese dönüşmesi hem de ulusaldaki olayların toplumun yereldeki kesimine doğru ifadeler ve kültürel kodlar ile ulaşması adına kilit bir rol oynamaktadır. Bu noktadan hareketle de her kategorideki medya kuruluşunun birbiri ile iletişim ve iş birliği içinde olması son derece önemlidir.

Radyo ve Televizyon Üst Kurulu (RTÜK), -misyonu ve yetkisi gereği- öncülüğünde yerel ve bölgesel yayın kuruluşları ile bir araya gelerek küresel ve ulusal medyanın geldiği noktayı değerlendirmek,

Çalıştayın hedef kitlesi Türkiye’de aktif olarak yayın yapmakta olan yerel ve bölgesel yayıncılardan oluşmaktadır.

yerel ve bölgesel yayıncı kuruluşlarımızın yaşamış oldukları sorunların çözüm yollarını istişare etmek gibi amaçlar çerçevesinde Konya, Sakarya, İzmir, Gaziantep ve İstanbul illerimizde olmak üzere beş kez çalışma toplantısı gerçekleştirilmiştir.

“Yerel ve Bölgesel Yayıncılar Buluşması” adı ile düzenlenen toplantılar en temelde yerel ve bölgesel düzeyde yayın hayatını sürdüren medya



hizmet sağlayıcı kuruluşların yayıncılık alanındaki sorunlarını, beklentilerini ve önerilerini tespit etmek ve yerel yayıncılığın geleceği üzerine mütalaada bulunmak amacıyla gerçekleştirilmiştir ve gerçekleştirilmeye de devam edilmektedir. Çalıştayın hedef kitlesi Türkiye’de aktif olarak yayın yapmakta olan yerel ve bölgesel yayıncılardan oluşmaktadır. Buluşmalar kapsamında çalışma toplantıları, düzenlenen il ve çevresindeki illerde aktif olarak yayıncılık faaliyetini sürdürmekte olan medya hizmet sağlayıcı kuruluşların temsilcileri ve yerel basın mensuplarının katılımı ile gerçekleştirilmektedir.

Çalışma toplantısı, açılış konuşmaları akabinde iki oturum şeklinde icra edilmektedir. Birinci oturumda, RTÜK birim amirleri tarafından dairelerinin görev ve sorumluluklarına ilişkin sunum ve anlatımlar yapılmakta; “Açık Mikrofon” olarak adlandırılan ikinci oturumda ise yayıncı kuruluşun temsilcileri tarafından yöneltilen sorulara ilgili kişiler tarafında cevap verilmektedir. Çalışma toplantısı süresince raportörler tarafından kayıt altına alınmış olan

öneri, problem ve talepler gerek Üst Kurul toplantılarında gerekse ilgili kuruluşlarla görüşülerek istişare edilmektedir.

Ülkemizde yayıncılık faaliyeti yürüten tüm medya hizmet sağlayıcı kuruluşlarımıza büyük sorumluluklar düşmektedir. Tüm kitle iletişim araçlarında olduğu gibi yerel ve bölgesel düzeydeki yayınların da kamuoyu oluşturma ve gündem belirleme gücü mevcuttur. Ve hatta belirli kitleleri temele olarak yayıncılık yapan kuruluşların direkt olarak yörenin halkını hedef olarak içerik üretmesi veya içeriği düzenlemesi, yayınların izleyici ve dinleyiciler üzerindeki etkisi ulusala göre daha etkili olabilmektedir. Bu noktada yerel ve bölgesel medyanın yayıncılıktaki yeri ve önemi çok büyüktür. Bu nedenle yerel ve bölgesel düzeydeki televizyon ve radyo yayıncılığının gelişimine katkı sağlayacak her projede yer almak ve katkı sağlamak için her zaman yayıncılarımızın yanında yer alacağız.



**Abdulkadir ÖZBEK**  
Eğitimci, Vizyon Koleji Kurucusu

DİJİTAL DİSTOPYA:

**SESSİZ**

**SİBER ZORBALIK**

**SALGINIYLA**

MÜCADELE

**Anahtar kelimeler:** çocuk ve gençlerin korunması, siber zorbalık, ebeveyn okuryazarlığı, dijital görgü kuralları, farkındalık

*Siber zorbalık, geleneksel zorbalığın dijital alandaki bir uzantısıdır ve elektronik araçlar yoluyla verilen agresif, kasıtlı ve tekrarlanan zararlarla karakterize edilir. Taciz, takip, kimlik hırsızlığı ve toplum önünde küçük düşürme dâhil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere pek çok biçimi vardır.*





**S**on derece bağlantılı dünyamızda gizlenen sinsi bir dijital tehdit olan siber zorbalık, ebeveynler, eğitimciler ve politika yapıcılar için büyük bir endişe kaynağı hâline geldi. Zorbalığın bu sessiz ama güçlü biçimi, geleneksel fiziksel sınırları aşarak kurbanlarına her yerde, her zaman ulaşıyor ve zararlı etkilerini artırıyor. Yaygın doğası göz önüne alındığında, çocuklar ve ergenler için güvenli dijital alanlar yaratmaya acil ihtiyaç olduğu kaçınılmaz bir gerçek olarak karşımıza çıkıyor. Bu yazımda, siber zorbalığın ciddiyetinin altını çizmeyi amaçlayacağım. Ayrıca giderek büyüyen bu sorunla mücadele etmek için ebeveynlere ve eğitimcilere somut öneriler sunmaya gayret edeceğim.

Siber zorbalık, geleneksel zorbalığın dijital alandaki bir uzantısıdır ve elektronik araçlar yoluyla verilen agresif, kasıtlı ve tekrarlanan zararlarla karakterize edilir. Taciz, takip, kimlik hırsızlığı ve toplum

“Siber zorbalığın sonuçları çok geniş kapsamlı olup, depresyon, anksiyete ve hatta intihar düşüncesi gibi ruh sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulayan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Dahası, genellikle çocuklarda ciddi akademik başarısızlıklara, sosyal geri çekilmeye ve düşük öz saygıya yol açar.

önünde küçük düşürme dâhil ancak bunlarla sınırlı olmamak üzere pek çok biçimi vardır. Siber zorbalığın en endişe verici yönlerinden biri, genellikle zorbayı cesaretlendiren ve mağdurun korku ve endişesini yoğunlaştıran anonimliği yani kim tarafından gerçekleştiğinin çoğunlukla bilinmezliğidir.

Siber zorbalığın sonuçları çok geniş kapsamlı olup, depresyon, anksiyete ve hatta intihar düşüncesi gibi ruh sağlığı üzerindeki olumsuz etkilerini vurgulayan çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Dahası, genellikle çocuklarda ciddi akademik başarısızlıklara, sosyal geri çekilmeye ve düşük öz saygıya yol açar.

Peki, ebeveynler ve eğitimciler siber zorbalığın olumsuz etkilerini azaltmak ve daha güvenli bir dijital ortamı teşvik etmek için ne yapabilirler?

**Açık Diyalog:** Çocukların çevrim içi deneyimlerini tartışırken kendilerini rahat hissedebilecekleri bir güven ortamı yaratmak çok önemlidir. Çevrim içi zorbalıkla karşılaştıklarında konuşmaları için

Çocukları siber zorbalık da dâhil olmak üzere çevrim içi ortamda gizlenen potansiyel tehlikeler hakkında düzenli olarak eğitin. Onlara bu tür davranışları nasıl tespit edeceklerini ve kişisel bilgileri paylaşmamak gibi güvenli çevrim içi uygulamaları öğretin.





onları teşvik edin. Duygularını kabul edin ve yalnız olmadıklarını ve yardımın mevcut olduğunu vurgulayın. İletişim sürecinde suçlayıcı ve yargılayıcı ifadelerden mutlaka kaçının.

**Eğitim ve Farkındalık:** Çocukları siber zorbalık da dâhil olmak üzere çevrim içi ortamda gizlenen potansiyel tehlikeler hakkında düzenli olarak eğitin. Onlara bu tür davranışları nasıl tespit edeceklerini ve kişisel bilgileri paylaşmamak gibi güvenli çevrim içi uygulamaları öğretin. Ayrıca okul müfredatında siber güvenlik derslerinin uygulanması öğrencilerin farkındalığını önemli ölçüde artırabilir.

**Dijital Görgü Kuralları:** Sorumlu çevrim içi davranışı teşvik edin. Çocuklara sözlerinin başkaları üzerinde yaratabileceği etkiyi ve hem çevrim içi hem de çevrim dışı ortamda insanlara saygı ve nezaketle davranmanın önemini öğretin.

**Çevrim içi Etkinliği İzleyin ve Sınırlandırın:** Çocuğunuzun çevrim içi faaliyetlerini takip etmek için ebeveyn kontrol araçları ve yazılımları kullanın. Ekran süresi sınırları belirlemek gibi teknoloji kullanımıyla ilgili kurallar oluşturmak da maruz kalmayı kontrol etmeye yardımcı olabilir.

**Rapor Edin ve Engelleyin:** Çocukları çeşitli platformlarda siber zorbalık olaylarını nasıl bildirecekleri konusunda bilgilendirin. Kendilerini

“ Bir çocuk siber zorbalık nedeniyle ciddi sıkıntı belirtileri gösteriyorsa, derhal profesyonel yardım alın. Ruh sağlığı uzmanları gerekli desteği ve başa çıkma stratejilerini sağlayabilir.

rahatsız eden kullanıcıları engellemeleri için onları teşvik edin.

**Dayanıklılığı Teşvik Edin:** Çocuğunuza güçlü yönlerine odaklanma, güvendiği kişilerden destek arama, öz saygı ve güvenini artıracak faaliyetlerde bulunma gibi stratejiler öğretmek başa çıkma mekanizmalarını güçlendirin.

**Profesyonel Yardım Arayın:** Bir çocuk siber zorbalık nedeniyle ciddi sıkıntı belirtileri gösteriyorsa, derhal profesyonel yardım alın. Ruh sağlığı uzmanları gerekli desteği ve başa çıkma stratejilerini sağlayabilir.

Siber zorbalığın acil kolektif eylem gerektiren yaygın bir soruna dönüştüğü inkâr edilemez. Ebeveynler, eğitimciler ve sorumlu dijital vatandaşlar olarak, dijital ortamımızı korumak ve çocuklar için güvenli, besleyici bir alan olarak kalmasını sağlamak bize düşüyor. Yüksek farkındalık, stratejik eylem ve sürekli çaba ile siber zorbalığa karşı mücadeleyi umut verici bir çözüme doğru yönlendirebiliriz. İnternet, sorumlu bir şekilde kullanıldığında, öğrenme ve kişisel gelişim için müthiş bir araç olarak hizmet edebilir. Olumlu potansiyelini geri kazanmak ve onu herkes için güvenli bir platforma dönüştürmek için çabalamanın tam zamanı.



## Deniz GÜLER

RTÜK Kamuoyu, Yayın Araş. ve Ölçme Dairesi Başkanı



# GENÇLERİN

# MEDYA KULLANIM

# ALİŞKANLIKLARI



**Anahtar kelimeler:** medya kullanımı, kitle iletişim, teknolojik gelişmeler, dijital platformlar, kamuoyu araştırması

*Teknolojik gelişmeler toplumu bütünüyle etkilese de medya kullanım alışkanlıkları açısından her yaş grubu farklı etkilenmektedir. Özellikle 1995 yılından sonra dünyaya gelen ve Z kuşağı olarak adlandırılan gençlerin teknolojiyi kullanma konusunda ayırt edici özellikleri bulunmaktadır.*

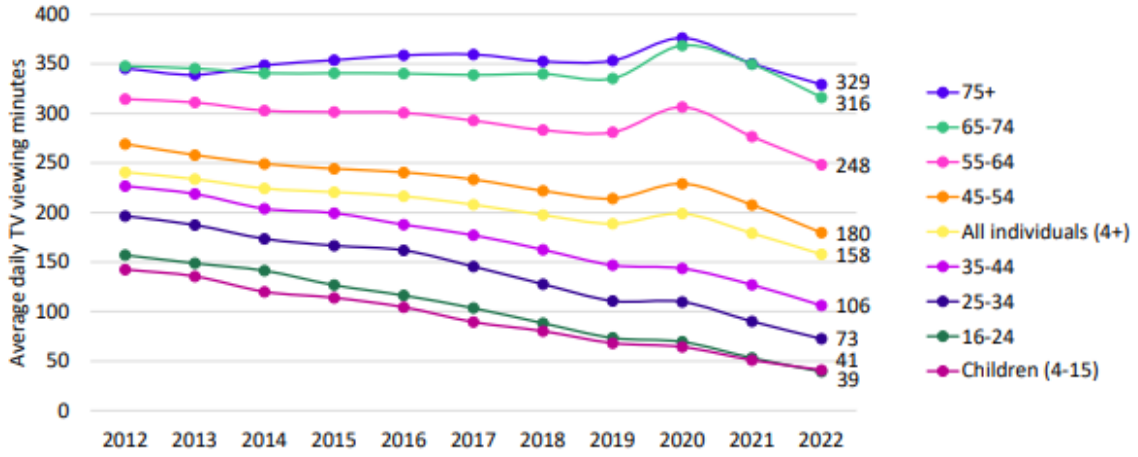


**G**azete, radyo, televizyon gibi kitle iletişim araçlarının yanı sıra zaman içerisinde teknolojik gelişmelere bağlı olarak ortaya çıkan bilgisayar ve internet tabanlı mecralar toplum yaşamında önemli bir yer tutmaya başlamıştır. Yaşanan gelişmeler sonucunda her dönemin popüler bir medya aracı olmuş ve zamanla medya araçlarında değişim ve dönüşümler meydana gelmiştir. Dolayısıyla medya araçlarında meydana gelen bu durum bireylerin medya kullanım alışkanlıklarına da yansımıştır.

Teknolojik gelişmeler toplumu bütünüyle etkilese de medya kullanım alışkanlıkları açısından her yaş grubu farklı etkilenmektedir. Özellikle 1995 yılından sonra dünyaya gelen ve Z kuşağı olarak adlandırılan gençlerin teknolojiyi kullanma konusunda ayırt edici özellikleri bulunmaktadır. Teknolojinin içine doğmuş olmaları nedeniyle dijital dünya onlar için

Genç yaş gruplarının yeni medya araçları olarak adlandırılan dijital mecraları kullanım oranlarının daha fazla olduğu bilinmektedir. Medya kullanım eğilimlerini ortaya çıkarmak için yapılan pek çok araştırma da bu durumu gözler önüne sermektedir.

Grafik.1 Yaş Gruplarına Göre Ortalama Günlük TV İzleme Süresi: 2012-2022



alışılması gereken bir durumdan ziyade doğrudan yaşamlarının bir parçası olmuştur.<sup>1</sup> Diğer taraftan Marc Prensky’de genç kuşağı sahip olduğu özellikler nedeniyle “Dijital Yerliler” olarak tanımlamaktadır.<sup>2</sup>

Genç yaş gruplarının yeni medya araçları olarak adlandırılan dijital mecraları kullanım oranlarının daha fazla olduğu bilinmektedir. Medya kullanım eğilimlerini ortaya çıkarmak için yapılan pek çok araştırma da bu durumu gözler önüne sermektedir. OFCOM’un her yıl düzenli olarak gerçekleştirdiği ‘Media Nations’ araştırmasında medya kullanım alışkanlıklarına ilişkin farklı veriler sunulmaktadır. Örneğin ‘Media Nations 2023’ araştırmasında 2012 ve 2022 yılları arasında yaş gruplarına göre televizyon izleme süreleri yıllara göre kıyaslanmıştır.

Grafik 1’de tüm bireylerin 2019 (izlemenin pandemiden etkilenmediği en son yıl) ile 2022 yılları arasında ortalama %16 daha az TV yayını izlediği tespit edilmiştir. Bununla birlikte, TV yayını izleme oranının genç yaş grupları arasında çok daha hızlı bir oranda azaldığı görülmüştür.<sup>3</sup>

Ülkemizde Türkiye İstatistik Kurumu tarafından yapılan ‘İstatistiklerle Gençlik 2022’ araştırmasında da 16-24 yaş grubundaki genç nüfusun internet

İnternet kullanımı yeni medya araçlarını kullanma konusunda başat bir konumdur. Dolayısıyla internet erişimi arttıkça dijital mecraların kullanımları da giderek yaygınlaşmaktadır.

kullanım oranının, 2021 yılında %97,1 iken 2022 yılında %96,9 olduğu belirlenmiştir. İnternet kullanım oranı, genç erkeklerde 2021 yılında %98,4 iken 2022 yılında %97,6, genç kadınlarda ise 2021 yılında %95,6 iken 2022 yılında %96,1 olmuştur.<sup>4</sup>

İnternet kullanımı yeni medya araçlarını kullanma konusunda başat bir konumdur. Dolayısıyla internet erişimi arttıkça dijital mecraların kullanımları da giderek yaygınlaşmaktadır.

1 Prensky, Marc (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, MCB University Press, Vol:9, No:5

2 Berkup, S. B. (2014). Working with Generation X and Y In the Generation Z Period: Mangement of Different Generations in Business Life, Mediterranean Journal of Social Science, 5(19).

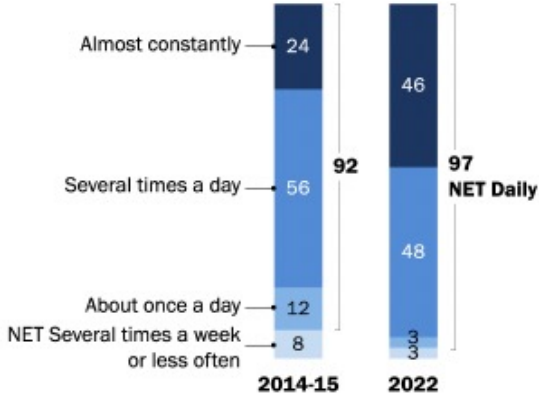
3 OFCOM. (2023). Media Nations. [https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0029/265376/media-nations-report-2023.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0029/265376/media-nations-report-2023.pdf). Erişim Tarihi: 29.09.2023

4 TÜİK. (2022). İstatistiklerle Gençlik. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Genclik-2022-49670> Erişim Tarihi: 02.10.2023

Grafik 2. İnternet Kullandığını Belirten Gençler

## the internet 'almost constantly'

% of U.S. teens who say they use the internet ...



Pew Research Center tarafından yapılan başka bir araştırmada da internet kullanımının sürekli değiştiği ve özellikle de bu alanın öncüsü olan gençler arasında bu durumun yaygınlaştığı belirtilmiştir. Yukarıda yer alan grafikte 2014-2015 ve 2022 yılları arasındaki gençlerin internet kullanım oranlarının yıllar içerisinde geçirdiği değişim gösterilmektedir.<sup>5</sup>

Türkiye’de Radyo ve Televizyon Üst Kurulu tarafından genç yaş gruplarının medya kullanım alışkanlıklarına ilişkin olarak televizyon, radyo, internet, dijital platformlar ve sosyal medyada geçirdikleri zaman ve kullandıkları cihazlar gibi değişen medya kullanım alışkanlıklarının ortaya konulmasını amaçlayan kamuoyu araştırmaları yapılmaktadır. Bu araştırmalardan elde edilen veriler aşağıdaki başlıklar altında incelenmiştir.

### Medya Araçları Kullanım Oranları

“Gençlerin Medya Kullanımı ve Dijital Okuryazarlık Araştırması”nda 15-21 yaş arasındaki gençlerin %92’sinin internet, %76’sının televizyon, %41’inin dijital platform ve %34’ünün radyo kullandığı tespit edilmiştir. Bu sonuçlara bakıldığında ilk sırada yer alan internet kullanımının yoğunluğu dikkat çekmektedir. Diğer taraftan günümüzde televizyonun zamana ve mekâna bağlı olmadan bütün dijital mecralardan seyredilebiliyor



İnternet kullanım süreleri incelendiğinde, dünya genelinde kullanım süresi 6 saat 54 dakika, Türkiye genelinde ise 7 saat 57 dakika olduğu tespit edilmiştir.

olması nedeniyle genç yaş grupları için televizyon önemli bir mecra olmaya devam etmektedir.

Gençlerin günlük ortalama medya araçlarını kullanım süreleri Türkiye ve dünya ile karşılaştırıldığı tablo aşağıdaki gibidir. Dünya genelinde televizyon izleme süresi 2 saat 54 dakika iken Türkiye genelinde bu süre 4 saat 33 dakikaya çıkmaktadır. Gençlerde ise televizyon izleme süresi 1 saat 42 dakika olarak (RTÜK, 2022) belirlenmiştir. Gençlerde televizyon izleme süresinin azalması gençlerin dijital mecralarda üretilen içerikleri daha fazla tüketmesi ile açıklanabilir.

5 Pew Research Center. (2022). Teens, Social Media and Technology 2022. <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/> Erişim Tarihi: 02.10.2023

Günlük Ortalama Kullanım Süresi	Dünya Geneli	Türkiye Geneli	Gençler
Televizyon <sup>6</sup>	2 saat 54 dakika	4 saat 33 dakika	1 saat 42 dakika
İnternet Kullanım <sup>7</sup>	6 saat 54 dakika	7 saat 57 dakika	4 saat 37 dakika

İnternet kullanım süreleri incelendiğinde, dünya genelinde kullanım süresi 6 saat 54 dakika, Türkiye genelinde ise 7 saat 57 dakika olduğu tespit edilmiştir. Gençlerde ise internet kullanım süresi günlük 4 saat 37 dakika olarak belirlenmiştir.

Araştırmada yer alan diğer önemli bulgular kapsamında cihazlardan yapılan aktivitelere bakıldığında gençler televizyon yayınlarını takip için en çok %88,1 ile televizyonu, internete bağlanmak (%94,4), dijital platformları seyretmek (%72,5) ve radyo dinlemek (%73,5) için ise en çok cep telefonunu kullanmaktadır. (RTÜK, 2022)

## Televizyon

Televizyonun önemi yadsınamaz olmakla birlikte genç yaş gruplarına bakıldığında televizyon izleme sürelerinde ve izleme oranlarında bir düşüş olduğu görülmektedir.

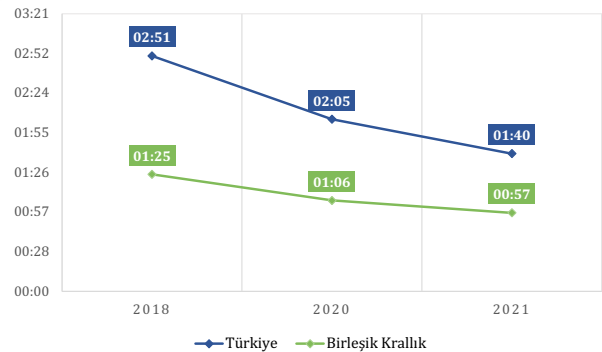
İnternete bağlanılan cihazlara bakıldığında gençlerin internete bağlanmak için en fazla cep telefonunu (%94,4) tercih ettikleri görülmüştür. İkinci sırada ise %43,2 oranıyla akıllı televizyon yer almaktadır.

2020 yılında yapılan “Televizyon Yayınlarında Şiddet Araştırması” verilerine bakıldığında 15-25 yaş grubunda yer alan bireylerin %9,3’ü televizyon yayınlarını hiç izlemediğini belirtirken (RTÜK, 2020) 2022 yılında gençlerin televizyon izleme durumlarına bakıldığında %76,3’ünün televizyon izlediği, %23,7’nin ise televizyon izlemediği tespit edilmiştir. (RTÜK,2022)

Yıllar içinde gençlerin televizyon izleme sürelerinin Birleşik Krallık ile karşılaştırması incelendiğinde her iki ülkedeki düşüş dikkat çekicidir. Birleşik Krallık’ta günlük ortalama televizyon izleme süresinin 1 saatin altına indiği görülmüştür. “Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması”na göre Türkiye’de 2018 yılında 2 saat 51 dakika olan izleme süresinin (RTÜK, 2018) neredeyse yarı yarıya düşerek 1 saat 42 dakikaya gerilemesi (RTÜK, 2022) televizyon izleme alışkanlıkları açısından oldukça önemlidir.<sup>8</sup>

Aşağıdaki grafikte yıllara göre Türkiye- Birleşik Krallık karşılaştırması ayrıntılı verilmiştir.

**Grafik.3 Türkiye-Birleşik Krallık Günlük Ortalama Televizyon İzleme Süresi Karşılaştırması (Saat, Dakika)**



6 Dünya ve Türkiye’ye ait günlük ortalama izleme süresi verileri TIAK AŞ tarafından hazırlanan “Televizyon İzleme Ölçümü Yılı 2021” raporundan derlenmiştir.

7 Dünya’da ve Türkiye’de günlük ortalama internet kullanma süresi verileri “Digital 2021 Global Overview Report” ile “Digital 2021: Turkey” raporlarından derlenmiştir.

8 2018 izleme süresi RTÜK Televizyon İzleme Eğilimleri araştırmasında 15-21 yaş grubuna ait günlük ortalama televizyon izleme süresini (N= 206); 2020 izleme süresi Televizyon Yayınlarında Şiddet Araştırmasında 15-20 yaş grubuna ait günlük ortalama televizyon izleme süresini (N=280) ifade etmektedir. 2021 yılı OFCOM verisi ilk beş ayın ortalaması alınarak hesaplanmıştır.





2018 yılında gerçekleştirilen araştırmada “Televizyon Yayınlarını Tek Bir Cihazdan İzlemek Zorunda Kalsaydınız Hangisini Seçerdiniz?” sorusuna 15-25 yaş grubu %85,9 ile televizyon, %8,6 oranıyla masaüstü/dizüstü bilgisayar ve %4,3 ile tablet cevabını vermiştir. (RTÜK, 2018)

2022 verilerine göre televizyon yayınlarının hangi cihazlardan izlendiğine bakıldığında televizyon %88,1 oranıyla ilk sırada yer almaktadır. Televizyon izlenen diğer cihazlar %35,6 oranıyla cep telefonu, %11,2 oranıyla masaüstü/dizüstü bilgisayar ve %5,9 ile tablet olarak belirlenmiştir. (RTÜK, 2022) Bu durum gençlerin televizyon yayınları izlemek için hâlâ televizyonu tercih ettiğini göstermektedir.

## Radyo

Radyo dinleme alışkanlıkları incelendiğinde gençlerin %33,8'i radyo dinlerken, %66,2'sinin dinlemediği ortaya çıkmıştır. (RTÜK, 2022)

“Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması” verilerine göre gençlerin günlük radyo dinleme süresi 54 dakika iken (RTÜK, 2019) 2022 yılında bu süre 52 dakika olarak belirlenmiştir. (RTÜK, 2022)

Günümüzde Radyo yayınlarının en fazla dinlendiği cihaz ise %73,5 oranıyla cep telefonudur. Bunu sırasıyla %48,5 ile araç radyosu, %21,7 ile televizyon, %11,8 ile bilgisayar/tablet ve %6,8 oranıyla klasik radyo izlemektedir. (RTÜK, 2022)

Gerek cep telefonunun birçok özelliği bünyesinde barındırması nedeniyle pratik olması gerekse de dijital platformlardan yapılan dinlemeler için uygun olması cep telefonunu radyo dinlemelerinde ilk tercih edilen medya aracı hâline getirmiştir.

## İnternet

İnternet kullanımı gündelik hayatın vazgeçilmez bir parçası hâline gelmiştir. Bu kapsamda gençlerin internet kullanım oranları ve süreleri de oldukça yükselmiştir. Yaş gruplarına göre internet kullanımına bakıldığında, genç yaş gruplarında internet kullanım oranlarının daha ileri yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

2018 yılı verilerine göre 15-24 yaş grubunun %89,7'si internet kullanırken %10,3'ü internet kullanmadığını belirtmiştir (RTÜK, 2018). 2022 yılına gelindiğinde gençlerin %92,3'ü internet kullanırken, yalnızca %7,7'sinin internet kullanmadığı görülmüştür. (RTÜK, 2022) Gençlerin internet kullanımındaki artışta her alanda yaşanan hızlı dijitalleşme kadar sosyal medyanın gittikçe artan gücünün önemli bir etken olduğu düşünülmektedir.

İnternete bağlanılan cihazlara bakıldığında gençlerin internete bağlanmak için en fazla cep telefonunu (%94,4) tercih ettikleri görülmüştür. İkinci sırada ise %43,2 oranıyla akıllı televizyon yer almaktadır. (RTÜK, 2022)



Dünya verilerine bakıldığında internet kullanım oranının %65 olduğu görülmektedir. Bölgeler bazında en yüksek internet kullanıcısı %93,9 oranıyla Kuzey Amerika'da yer almaktadır. En düşük kullanım ise %43,2 oranıyla Afrika'dır.

### Dijital Yayın Platformları

Yayın içeriklerine yeni bir boyut kazandıran dijital yayın platformları gençlerin izleme alışkanlıklarında oldukça etkili bir mecra olarak karşımıza çıkmaktadır.

Genç yaş grupları dijital platform kullanımında daha yüksek oranlara sahiptir. 2022'de 15-21 yaş grubu gençlerin %40,9'unun dijital yayın platformlarını izlediği, %59,1'inin ise izlemediği tespit edilmiştir. (RTÜK, 2022)

Dijital yayın platform içeriklerinin en fazla izlendiği cihaz %72,5 oranıyla cep telefonudur. Bunu sırasıyla %49,4 oranıyla televizyon, %37,2 oranıyla bilgisayar ve %14,1 oranıyla tablet izlemektedir. (RTÜK, 2022)

### Sosyal Medya

Bilindiği gibi sosyal medya, kişilerin herhangi bir içeriğe hızlı, verimli ve gerçek zamanlı olarak paylaşabilmesine olanak sağlayan web siteleri ve uygulamaları ifade etmektedir. Geleneksel medyanın aksine sosyal medyada her bir kullanıcı hem etkilenen hem de etkileyen konumdadır.

Teknolojik gelişmelerle birlikte her alanı etkileyen dijital dönüşümler medyaya da sirayet etmiş ve geleneksel medyadan internet tabanlı medya araçlarına hızlı bir geçiş yapılmıştır. Kuşkusuz dijitalleşen dünyaya ve yeni medya araçlarına en hızlı adapte olan kesim genç yaş gruplarıdır.

Bu açıdan değerlendirildiğinde gençlerin sosyal medya kullanımının yüksek olması beklenen bir durumdur. 2022 verilerine göre 15-21 yaş grubu gençlerden sosyal medya hesabı bulananların oranı %94,6 iken, bulunmayanların oranı yalnızca %5,4'tür. (RTÜK, 2022)

Sosyal medya mecralarının doğası gereği kişiler bu tür platformlarda çok fazla takip edilmek ve beğeni almak isterler. Bu çerçevede sosyal medya kullanıcısı olan gençlerin takipçi sayılarına bakıldığında gençlerin %73'ü 0-500 takipçiye sahip olduğunu görülmüştür. (RTÜK,2022)

Karşılıklı etkileşim üzerine kurulu olan sosyal medya söz konusu olduğunda kişisel güvenlik de önemli bir konu hâline gelmektedir. Genç yaş gruplarının %37'sinin sosyal medya profilini herkese açık bir biçimde kullandığı ortaya çıkmıştır. Ayrıca sosyal medyada herkesin görebileceği şekilde yer verilen kişisel bilgilerin başında isim bilgisi (%89,2), fotoğraf (%83,7) ve soyadı bilgisinin (%72,4) geldiği belirlenmiştir. (RTÜK, 2022) Yine 2022 verilerine göre bir diğer sonuç yaş arttıkça gençlerin bilgilerini paylaşma oranlarının da arttığıdır.

Sonuç olarak, teknolojik gelişmelerle birlikte her alanı etkileyen dijital dönüşümler medyaya da sirayet etmiş ve geleneksel medyadan internet tabanlı medya araçlarına hızlı bir geçiş yapılmıştır. Kuşkusuz dijitalleşen dünyaya ve yeni medya araçlarına en hızlı adapte olan kesim genç yaş gruplarıdır.

Bilgiye ulaşmanın son derece kolay olduğu bu dönemde medya araçları vasıtasıyla öğrenmek istenilen her şey bir cep telefonu, bir akıllı televizyon kadar yakın hâle gelmiştir. Çevrim içi eğitimler, ücretsiz kaynaklar her yaş grubunun elinin altındadır. Özellikle gençlerin kendilerini ifade edebileceği, içerik üretebildikleri, anlık etkileşim içinde oldukları bir dünya oluşmuştur. İnternetin sağladığı web uygulamalarında ise iletişim kuran taraflar arasında eş zamanlı ve iki yönlü enformasyon akışı sağlanmaktadır (Sayımer; 2008:29). Kendini sürekli yenileyen internet sosyal medya ile kendi içinde altın çağını yaşamaktadır. Birçok kişi arkadaşlarıyla görüşmek, arkadaşlarının fotoğraflarına ve iletilerine bakmak, mesaj göndermek ve almak, eğlenmek, boş zamanını değerlendirmek, bilgiye erişmek, gündemi takip etmek için sosyal medyayı kullanmaktadır. (Solmaz, Tekin, Herzem 2013)

Enformasyon alanında insanoğlunun yakaladığı ivme televizyon, gazete ve radyo gibi görsel ve işitsel kitle iletişim araçlarını ikinci plana itmektedir. (Bayram 2017). Bunun sonucunda günümüzde bireylerin, özellikle de genç nüfusun medya kullanım alışkanlıklarında önemli değişiklikler gözlemlenmektedir.

## Kaynakça

- Berkup, S. B. (2014). Working with Generation X and Y In the Generation Z Period: Mangement of Different Generations in Business Life, Mediterranean Journal of Social Science, 5(19).
- Bayram, Y. (2017). Gençlerin siyaset gündemi konularına yaklaşımı ve medya kullanım alışkanlıklarının belirlenmesi: 15 Temmuz darbe girişimi örnek olayı. OPUS – Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, 7(13), 887-911.
- Digital 2021 Global Overview Report <https://thenextweb.com/news/insights-global-state-of-digital-social-media-2021>
- Erişim Tarihi:02.10.2023
- Digital 2021:Turkey <https://datareportal.com/reports/digital-2021-turkey?rq=turkey>
- Erişim Tarihi:02.10.2023
- OFCOM. (2023). Media Nations. [https://www.ofcom.org.uk/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0029/265376/media-nations-report-2023.pdf](https://www.ofcom.org.uk/__data/assets/pdf_file/0029/265376/media-nations-report-2023.pdf). Erişim Tarihi: 29.09.2023
- Pew Research Center. (2022). Teens, Social Media and Technology 2022. <https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/> Erişim Tarihi: 02.10.2023
- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, MCB University Press, Vol:9, No:5
- RTÜK. (2018). Televizyon İzleme Eğilimleri Araştırması
- RTÜK. (2019). Radyo Dinleme Eğilimleri Araştırması
- RTÜK.(2020). Televizyon Yayınlarında Şiddet Araştırması
- RTÜK.(2022). Gençlerin Medya Kullanımı Ve Dijital Okuryazarlık Araştırması
- Sayımer, İ. (2008) Sanal Ortamda Halkla İlişkiler, Beta Yayınları, İstanbul.
- Solmaz, B. , Tekin, G. , Herzem, Z. & Demir, M. (2013). İnternet Ve Sosyal Medya Kullanımı Üzerine Bir Uygulama . Selçuk İletişim
- TİAK AŞ. (2021). Televizyon İzleme Ölçümü Yıllığı 2021 Raporu
- TÜİK. (2022). İstatistiklerle Gençlik. <https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Istatistiklerle-Genclik-2022-49670> Erişim Tarihi: 02.10.2023



**Doç. Dr. Abdulkadir GÖLCÜ**  
Selçuk Üniversitesi İletifim Fakültesi Öğretim Üyesi

BİR PARADİGMANIN İFLASI:

# GELENEKSEL MEDYA OKURYAZARLIĞI

**Anahtar kelimeler:** dijital çağ, medya okuryazarlığı eğitimi, içerik üretimi, yapay zeka, sanal oyunlar

*Yeni medya teknolojilerinin medya profesyonelleri ve proaktif bir konuma yerleşen izleyiciye sunduğu kompleks üretim ve tüketim pratikleri, medya içeriklerinin algılanması açısından entelektüellerden akademisyenlere, kamu otoritelerinden yasa yapıcılara kadar birçok aktörün yaşananlara ilişkin kapsamlı sorgulamalar yapmasını zorunlu kılmıştır.*



**D**ijital teknolojilerde yakalanan baş döndürücü gelişme hızı, medya dünyasının dönüş hızında da doğru orantılı bir artışa neden olmuş ve bu artış medyanın işleyişinden kavramsal sınırlarına kadar birçok alanda yeni tartışmaların fitilini ateşlemiştir. Dijitalleşmenin medya aktörlerine ve izleyiciye sunduğu olanaklar; akademi dünyasının 1950'li yıllarda Lazarsfeld ve Katz tarafından iddia edilen İki Aşamalı Akış Modeline rahmet okutturacak bir düzeye erişmiştir. Özellikle dijitalleşmeye karşı bir dirençten öte bir aşkla bütün kapı ve pencerelerini açan medya dünyasının aktörleri ve sadece izlemekle yetinmeyip her aşamada kendini medya mecralarında gösterme arzusundaki büyük kalabalıklar, dijital ağlar sayesinde küresel bir gösteriye dönüşen yeni medya düzeninde yerlerini almıştır. Özellikle yeni medya teknolojilerinin medya profesyonelleri ve proaktif bir konuma yerleşen izleyiciye sunduğu kompleks üretim ve tüketim pratikleri, medya içeriklerinin algılanması açısından entelektüellerden akademisyenlere, kamu otoritelerinden yasa yapıcılara kadar birçok aktörün yaşananlara ilişkin

“Bugün dijital dünya vatandaşlığının akredite edildiği, sanal ekonomilerin dünyayı yönlendirebildiği, yapay zekânın insan düşüncesine meydan okuma cesaretine kavuştuğu bir evrede; insanoğlunun medya mesajlarıyla girmiş olduğu ilişki ve medya tecrübesi geleneksel dönemdeki ilişkinin çok ötesinde bir sürece evrilmiştir.

kapsamlı sorgulamalar yapmasını zorunlu kılmıştır. Bu zaruret belirdiği ana noktalardan birisi de hiç şüphesiz medya okuryazarlığı olmuştur. Geleneksel medya mecralarında üretilen içeriklere maruz kalan insanları bilinçlendirme ve bilgilendirme mantığına göre şekillenen Medya Okuryazarlığı çalışmaları, bugün dijital medya dünyasında üretilen medya

içeriklerine karşı yetersiz kalmakta, tam aksine dijital teknolojilerin kullanımını daha da yaygınlaştıran bir eğitim ajanı olarak faaliyet göstermekte ve hatta çoğu zaman dijitalleşmenin sebep olduğu kompleks durumlarda çözümsüzlüğü çözüm önerisi olarak sunmaktadır. Dolayısıyla medya okuryazarlığı alanı diğer bilimsel süreçlerde olduğu gibi yaşanan gelişmeler neticesinde güncellenmesi gereken bir alan olarak kabul edilmeli, bu alanın günümüzdeki önemi ve pozisyonu yenilikçi bir bakış açısı ve eleştirel bir perspektiften beslenerek yeniden yorumlanmalıdır.

Bugün dijital dünya vatandaşlığının akredite edildiği, sanal ekonomilerin dünyayı yönlendirebildiği, yapay zekânın insan düşüncesine meydan okuma cesaretine kavuştuğu bir evrede; insanoğlunun medya mesajlarıyla girmiş olduğu ilişki ve medya tecrübesi geleneksel dönemdeki ilişkinin çok ötesinde bir sürece evrilmiştir. Örneğin sanal gerçeklik ve yapay zekâ gibi teknolojilerin medya dünyasına sunmuş olduğu imkânlar; bir anneyle hayatını kaybeden çocuğunu sanal dünyada bir araya getirebilmekte, sanal asistanlara komutlar vererek teknolojik sorunları çözebilmekte, çeşitli uygulamalar sayesinde yalnızlıktan kurtulmakta,

Bugün yeni iletişim teknolojilerini kullanan milyarlarca insan eş zamanlı olarak izleyici, içerik üreticisi, yorumlayıcı ve hatta akredite edici bir misyona kavuşurken; bu sürecin bir sonucu olarak her gün binlerce kez maruz kalınan dijital medya içeriklerinin yapısı, içeriği ve doğası, insan fıtratının ve insanın kavrayış sınırlarının çok ötesinde bir olguyu tecrübe etmeyi mecbur kılmaktadır.



siyasal ve toplumsal karar alma süreçlerinde ikna edilebilmektedir. Bu tecrübeyi sanal oyunlar üzerinden farklı deneyimlere dönüştürebilen genç kuşaklar içinse, maruz kalınan medya içerikleriyle başa çıkmak imkânsız hâle gelmekte ve bir dizi illegal girişim bile masum görünebilmektedir. Bu aşamada yeni medya dünyasının sunmuş olduğu çok boyutlu ilişki ve içerik ağına maruz kalan bireyler için; bu yapılarla girmiş oldukları ilişkileri ve elde edilen tecrübeleri geleneksel medya okuryazarlığı birikimleri ve eğitimleri ile incelenmesi ve yönetilmesi imkân dâhilinde değildir.

Bugün yeni iletişim teknolojilerini kullanan milyarlarca insan eş zamanlı olarak izleyici, içerik üreticisi, yorumlayıcı ve hatta akredite edici bir misyona kavuşurken; bu sürecin bir sonucu olarak her gün binlerce kez maruz kalınan dijital medya içeriklerinin yapısı, içeriği ve doğası, insan fitratının ve insanın kavrayış sınırlarının çok ötesinde bir olguyu tecrübe etmeyi mecbur kılmaktadır. Bu ilişkiler ağının sağlıklı bir şekilde yönetilmesi, kültürel ve sosyal ilişkiler ağına uygun bir yapıya dönüştürülmesi için; çağın gerekliliklerine uygun şekilde tasarlanan dinamik bir medya okuryazarlığı perspektifine ve birikimine ihtiyaç duyulmaktadır.

“Bugün eğitim kurumlarında çeşitli düzeylerde verilen medya okuryazarlığı eğitimi; yeni medya ve dijital teknolojilerin kullanım becerilerini kazandırmaktan öteye geçmeli, bu teknolojilerin gündelik hayattaki muhtemel etkilerine, bu etkilere karşı koyma ve onlarla başa çıkma becerilerine ve özellikle zararlarından korunma stratejilerine odaklanmalıdır.

Oysa geleneksel medya mecralarından elde edilen tecrübeler üzerine inşa edilmiş, güncellikten uzak ve kısır kuramsal tartışmalara kurban edilen medya okuryazarlığı müfredatı ve çalışmaları, milyarlarca insanı bir anafor gibi içine çeken dijital medya dünyasına bireylerin entegrasyonunu ve bu entegrasyon için gereken dijital becerileri kazandırma sığınağına hapsedilmiştir.





Bugün eğitim kurumlarında çeşitli düzeylerde verilen medya okuryazarlığı eğitimi; yeni medya ve dijital teknolojilerin kullanım becerilerini kazandırmaktan öteye geçmeli, bu teknolojilerin gündelik hayattaki muhtemel etkilerine, bu etkiler karşılıklı koyma ve onlarla başa çıkma becerilerine ve özellikle zararlarından korunma stratejilerine odaklanmalıdır. Yeni medya mecralarında üretilen ve sanal gerçekçi ya da artırılmış gerçekliklerle desteklenmiş içeriklerin günlük hayatın akışı içindeki bireyin hayal dünyasını tepetaklak ettiği, gerçeklik ve sanallık arasındaki ayrıştırıcı çizgiyi belirsizleştirdiği ve hatta izler kitle açısından hayallerin bile gerçekliğe dönüştüğü yanılsaması yeni medya olgusunun toplumsal sonuçları olarak görülmelidir. Jean Baudrillard'ın ifadesiyle “modern insanın gündelik hayatını bir simülasyonlar dünyasına çeviren medya mecraları”, kişinin gerçeklik algısını nötralize etmiş ve yeni medya mecralarını da bu sanal gerçekliğin üretim merkezine dönüştürmüştür. Oysa geleneksel medya içeriklerinde kitlelerin maruz

RTÜK'ün önderliğinde uluslararası düzeyde gerçekleştirilen Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı Çalıştayları'nın vermiş olduğu ipuçları ve deneyimler de göz önüne alınarak, yeni nesil bir dijital medya okuryazarlığı için gereken paradigma değişiminin bir an önce başlatılması gerekmektedir.

kaldığı kodlayıcı ve kodlanma amacı kestirilebilen inşa edilmiş medya mesajları bütün masumiyetiyle arşivlerdeki yerini korurken; dijital dünyanın başlattığı medya gösterisi bireyin algı dünyasını ve





zihinsel becerilerini körleştirmiş, karşı konulamaz bir bağımlılık ilişkisinin temellerini inşa etmiştir. Bu noktada yeni medya mecralarında üretilen dijital içeriklerin üretim süreçlerini ve bu süreçlerin arka planındaki amaçları görebilmek ve dijital çağda gerekli olan medya okuryazarlığı becerisine kavuşabilmek için bir paradigma değişimine ihtiyaç duyulmaktadır. Özellikle medya okuryazarlığına ilişkin yapılan tartışmalarda, akademik girişimlerde ve eğitimlerde oluşturulması gereken yeni paradigmanın temellerinde teknolojik araçların kullanım becerisinden öte dijital içerik üreticisi olma yolundaki insanoğlunu, kendilik bilincine kavuşturma, kültürel varlığının farkındalığını sağlama, gerçekliğe ilişkin algısını güçlendirme ve dijital eşitsizlikleri giderme öncelikleri yer almalıdır. Özellikle küresel dünyadaki eşitsizlikler listesine, dijital eşitsizliklerin de dâhil edildiği bir yüzyıl olarak kayıtlara geçen 21. yüzyılda; ekonomik, kültürel ya da çeşitli toplumsal eşitsizliklerin gündelik hayatta oluşturduğu farklılıklara inat,

dijital eşitsizliklerin sebep olduğu farklılıklar toplumsal yaşamı doğrudan etkisi altına almaktadır. Bugün medya içeriklerinin üretim süreçlerinden yorumlanmasına kadar birçok detayına hâkim olabilen profesyonel izler kitleye karşı, yoksulluk içinde yaşayan milyonlarca insanın teknolojiye erişimlerinin sınırlı olmasından kaynaklanan bir dijital kültür ayrışması yaşanmaktadır. Dijital kültür ve beceri eksenli bu ayrışmaya ilave olarak, medya içeriklerinin alımlanması ve algılanmasında da bir tür dijital ayrışma ile karşı karşıya olduğumuz kabul edilmelidir. Bu bağlamda dijital eşitsizlikleri, bilgi, beceri ve kültür açığını ortadan kaldıracak ya da en azında açığın büyümesini engelleyecek yeni nesil bir dijital okuryazarlık eğitimine ihtiyaç duyulmaktadır. RTÜK'ün önderliğinde uluslararası düzeyde gerçekleştirilen Dijital Çağda Medya Okuryazarlığı Çalıştayı'nın vermiş olduğu ipuçları ve deneyimler de göz önüne alınarak, yeni nesil bir dijital medya okuryazarlığı için gereken paradigma değişiminin bir an önce başlatılması gerekmektedir.



**M. Fatih KILIÇASLAN**  
Elektrik Elektronik Yüksek Mühendisi

# GERÇEK VE HAYAT

ARASINDA

## MEDYA

# OKURYAZARLIĞI

*Anahtar kelimeler: sosyal medya okuryazarlığı, sosyoloji, epistemoloji, hakikat, popüler kültür*

*“Herkes gibi olmak, olmayacak bir şey  
Herkes gibi olmak, hiç olmamak gibi bir şey”*

*Sezai KARAKOÇ*



**K**emal Sayar hoca Ağustos ayının sonuna doğru bir tweet attı: *”Bir makale okuyordum, şu veri ilginç geldi: 40 yıl öncesine göre beş katı daha fazla malumat alıyormuşuz, bu 174 gazeteyi baştan sona okumak demek. Beynimizin kapasitesini çok aşan bir yığılma. Zihinlerimiz bu malumat sağanağı altında yorgun düşüyor. Malumat obeziziz, diyet şart.”*

Hocanın diyetten kastı elbette etkin bir medya okuryazarlığı olsa gerektir. Bu malumat selinin en azından bir kısmından seçerek kurtulabiliriz.

Literatürde *“Görsel, işitsel, basılı vb. medya mesajlarına erişebilme, erişilen medyaları eleştirel bakış açısıyla çözümleyip değerlendirebilme ve kendi medya iletilerini üretebilme becerisi”* diye tanımlanan medya okuryazarlığı kavramını tek kelimeyle ifade etmek gerekirse bizce doğru kavram *“farkındalık”* olacaktır. İyiyi kötüden, doğruyu eğriden, zararsız

“Medyanın hangi mecrasından gelirse gelsin, karşılaştığımız mesajı irdelemek, doğruluğunu sorgulamak ve arka planında ne olduğunu araştırmak durumundayız.

olanı zararlıdan seçebilme, bunları fark edebilme yeteneği...

Deepfake teknolojisinin geldiği son noktayla dünya üzerinde herhangi bir kişiye istenilen her şeyin söyletilediği bir çağda böyle bir farkındalığın



geliştirilmesi zor olacaktır. Bunun için medyanın hangi mecrasından gelirse gelsin, karşılaştığımız mesajı irdelemek, doğruluğunu sorgulamak ve arka planında ne olduğunu araştırmak durumundayız.

### **Gerçek Ne, Hakikat Hangisi?**

Yılmaz Erdoğan TRT 2'ye "Öğrence" başlığı altında; senaristlik, yönetmenlik ve oyunculuk alanlarında bilgi verdiği, sinema dünyasına dair önemli detaylar içeren, ilgilisi için çok faydalı olabilecek bir program çekti. Toplam 39 bölümden oluşan Öğrence'nin ilk 13 bölümlük senaryo sekansının hemen başında "gerçek" ve "hakikat" diye iki kavramdan bahsetti. Gerçeği, senaryoda okuduğumuz, ekranda gördüğümüz; hakikati ise görünenin ardındaki mesele, ana fikir, tema, önerme şeklinde açıkladı. Bu ikili kavramlaştırma gerçekten göz açıcıydı. Çünkü bu iki form medya okuryazarlığı serüvenimizde bize yol gösterici olma vasfına sahiptir. İçinde bulunduğumuz katmanlı yaşamda karşılaştığımız ve hatta bizi kuşatan her mesaj,

“Sinema filmlerinde pek çok örneğine rastlarız, çok kötü işler yapan bir karakter arka planda mert, cesur bir kişi gibi sunulabilir. Vefat etmiş eşinden kalan köpeği öldürüldüğü için düzinelerce insan öldüren bir adamın hikâyesi üzerinden intikam duygusu olumlanabilir.

bilgi, veri mutlaka bir arka plan, bir "hakikat" barındırır. Yetkin bir medya okuryazarı olabilmek için kanaatimizce bize sunulan, gözümüzle görüp kulağımızla duyduğumuz gerçeğin ardında saklanan; kalbimize, gönlümüze hitap eden hakikati



görebilmemiz şarttır. Zira insan, gönlünün maruz kaldığı “hakikat” yönünde değişir. Farkında olmadan hiç de olmak istemeyeceğimiz insanlara dönüşme tehlikesi maalesef çok uzak değildir.

Sinema filmlerinde pek çok örneğine rastlarız, çok kötü işler yapan bir karakter arka planda mert, cesur bir kişi gibi sunulabilir. Vefat etmiş eşinden kalan köpeği öldürüldüğü için düzinelerce insan öldüren bir adamın hikâyesi üzerinden intikam duygusu olumlanabilir. İşin kötüsü içten içe o adamı onaylarken yakalayabiliriz kendimizi. Benzer şekilde; karşılaştığımız bir haber üzerinden sokak köpekleri meselesini sadece “hayvan sevgisi” bağlamında değerlendirmeye, başıboş gezen köpeklerin çocuklarımız için büyük tehlike oluşturduğu hakikatini göz ardı etmeye zorlanabiliriz. Örnekler çoğaltılabilir. Ama gerçek şu ki Yılmaz Erdoğan’ın tarif ettiği “hakikat”i fark etmek oldukça önemlidir.

### “Tweet Nedir, Bomba mı?”

Leyla’nın Kardeşleri adlı 2022 yapımı filmde geçen bir sahne sosyal medyanın gücünü

Yaşadığımız çağda sinemayı da geçerek “zeitgeist” konumuna gelmiştir sosyal medya. Bunun en çarpıcı örneğini hemen kuzeyimizde yaşanan Ukrayna Rusya Savaşı’ndan verebiliriz. Hepimizin bildiği gibi savaşın başlamasıyla Batı Bloku Rusya’ya ambargo uyguladı ve Amerikan şirketleri ülkeden birer birer çekildi. Bu gelişmeyi bazı Rusların gözyaşları eşliğinde, “Artık nerede kahve içeceğim, nerede hamburger yiyeceğim?” şeklinde serzenişte bulunarak karşıladığını gördük.



göstermesi bakımından son derece etkilidir. Leyla ve ailesi bir gün uyanırlar ve ülkede yaşanan devalüasyon neticesinde paralarının pul olduğunu görürler. Bu işlerden anlayan bir kişiye olayın mahiyetini sorduklarında “Trump tweet attıktan sonra böyle oldu” cevabını alırlar. Leyla’nın babası şaşkın gözlerle evlatlarının öfke ve hüznün arasında gidip gelen yüzlerine bakar ve o kritik soruyu sorar:

Evet, sosyal medya bu kadar güçlüdür ve insanları dönüştürme etkisi bakımından medya okuryazarlığı hassasiyetimizin en yüksek olması gereken alandır. Zira sunduğu görsellerle arkasındaki “hakikat”i perdeler ve Kemal Sayar hocadan aktardığımız veri ışığında insanları dönüştürür. Yaşadığımız çağda sinemayı da geçerek “zeitgeist” konumuna gelmiştir sosyal medya. Bunun en çarpıcı örneğini hemen kuzeyimizde yaşanan Ukrayna Rusya Savaşı’ndan verebiliriz. Hepimizin bildiği gibi savaşın başlamasıyla Batı Bloku Rusya’ya ambargo uyguladı ve Amerikan şirketleri ülkeden birer birer çekildi. Bu gelişmeyi bazı Rusların gözyaşları eşliğinde, “Artık nerede kahve içeceğim, nerede hamburger yiyeceğim.” şeklinde serzenişte bulunarak karşıladığını gördük. Oysa ülkelerinde hala kahve vardı ve hala

Çağın “zeitgeist”i olan sosyal medya düzeni alttan alta pompaladığı kendi “hakikat”i ile insanları hangi kültürden olursa olsun birbirine benzetiyor. Ve evet, bu benzetiş herkesi belli markaların müşterisi kılıyor.

ekmek arası köfte yiyebilirlerdi. Neydi onları böyle kaygılandıran?

II. Dünya Savaşı’nın hemen ardından başlayan ve 40 yıldan fazla devam eden Soğuk Savaş döneminde Amerika ile her alanda olduğu gibi kültür alanında da mücadele eden Rusya’nın halkının -en azından bir kısmının- karşı bloktan esen Popüler Kültür rüzgârına kapıldığını gördük bu sosyal medya videolarında. Söz konusu Amerikan

17. yy İngiltere’inde geçerli olan iş etiğine göre 8-10 yaş grubundaki erkek çocuklar baca temizleme işinde çalıştırılabiliyordu. Bu tamamen etik bir davranıştı ve hiç kimse çocuklara baca temizlettiği için ayıplanmıyor ya da kanunlar karşısında suçlanmıyordu.

menşeli firmaların dünyanın başka ülkelerinden de Rusya’dakine benzer şekilde çıktığını düşünelim. Aynı tepkilerin o ülke vatandaşlarının bir kısmından da geleceğini öngörmek zor olmayacaktır. Görüleceği üzere çağın “zeitgeist”i olan sosyal medya düzeni alttan alta pompaladığı kendi “hakikat”i ile insanları hangi kültürden olursa olsun birbirine benzetiyor. Ve evet, bu benzetiş herkesi belli markaların müşterisi kılıyor.

Bütün bu örnekler bizi meselemizde bir derece daha derinleşmek durumunda bırakıyor. Medya mecralarında bir “gerçek”le karşılaştık ve bunun arkasındaki “hakikat”i fark ettik. Peki, bu hakikatin mahiyeti nedir, hangi norma yaslanır?

### Epistemolojik Değişken, Ontolojik Sabit

Sosyal bilimler, kavramları epistemolojik ve ontolojik olmak üzere iki temelde ele alır. Epistemolojik kavramı üretilmiş ve icap ederse değiştirilebilir



olan, ontolojik kavramı ise varoluşsal köklere sahip, değişmez olan şekilde yorumlarsak pek de hata yapmış olmayız.

Bu bağlamda “iş etiği” kavramını ele alabiliriz. Çalışanların haklarını korumak için üretilmiş, epistemolojik bir kavramdır ve değişebilir. Mesela 17. yy İngiltere’inde geçerli olan iş etiğine göre 8-10 yaş grubundaki erkek çocuklar baca temizleme işinde çalıştırılabiliyordu. Bu tamamen etik bir davranıştı ve hiç kimse çocuklara baca temizlettiği için ayıplanmıyor ya da kanunlar karşısında suçlanmıyordu. Ancak aradan geçen zaman gösterdi ki bu işte çalıştırılan çocukların çoğunda akciğer hastalıkları, göz iltihabı ve çeşitli gelişim bozuklukları oluştu. Çocukların çoğu yetişkinlik çağına erişmeden testis kanserine yakalandı ve

öldü. Bu olayda görünen gerçek evlerin bacalarının temizlenmesi gerektiği ve bu sayede çocukların karnının doyuyor oluşuydu. Arkasındaki hakikat ise sebep ne olursa olsun çocukların kendilerine uygun olmayan bir işte, sağlıksız şartlarda çalıştırılmış olmasıydı. Magna Carta’yı henüz 12. yüzyılda ilan etmiş olmakla övünen İngiltere nasıl olmuştu da yaklaşık 5 asır sonra böyle bir şeye izin vermişti?

Yukarıdan beri vurgulamaya çalıştığımız görünen gerçeğin ardındaki, aslanan kavramın, hakikatin mahiyetinin ne denli önemli olduğu burada ortaya çıkıyor. İngiltere baca temizleme işinde pragmatik davranmış, “hakikat”i çarpık bir yaklaşımla ikame etmiş, korkunç sonuçları olabilecek bir durumu, küçük çocukların sağlıksız şartlarda çalıştırılmasını epistemolojik bir yaklaşımla ürettikleri iş etiği







kavramıyla çözmüş(!) ve tarihine böyle bir kara leke bırakmıştır. Hâlbuki bu meseleye ontolojik hakikat yönünden yani ahlaki açıdan bakabilmiş olsalardı baca temizleme işinde çocukları asla çalıştırmamaları gerekirdi. Zira çocukların baca temizleme işinde çalıştırılmasının ahlaki hiçbir tarafı yoktu. Görüleceği üzere köksüz kavramlar üzerine inşa edilen yaklaşımlar felakete sebep olabiliyor, bugün “ak” dediğimize yarın “kara” dedirtebiliyor. Zira değişiyor. Nitekim gördük ki iş etiği kriterleri zamanla değişti, çocukların çalıştırılmayacağı işlerle ilgili esaslı düzenlemeler ILO önderliğinde 20. yüzyılda yapıldı ama maalesef olan o zavallı çocuklara oldu.

### OSI Katmanları Gibi

Tartışmaya çalıştığımız mevzunun anlaması da anlatılması da zor. Hatta önerdiğimiz yöntemin fena halde OSI katmanlarına benzediğinin de farkındayız. Ama ne yapalım ki içinde bulunduğumuz yaşam da katmanlı. “Hakikat” perdeler ardına saklanmış, dahası bazı durumlarda da- İngiltere örneğinde olduğu gibi- zamana ve

Doğru bilgiye ulaşmak,  
manipüle edilmemek,  
istemediğimiz bir kişiye  
dönüşmemek için sunulan  
“gerçek”in ardındaki  
“hakikat”i görmemiz, dahası  
bu “hakikat”in pragmatik bir  
mantıkla mı üretilmiş ya da  
değişmez, köklü bir yapıya mı  
sahip olduğunu irdelememiz  
gerekıyor.

Doğru normlar, kendi medeniyet havzamızdan gelen kriterler bizi medyanın zararlı etkisinden, başka bir insan olmaktan korur. Öyle zannediyoruz ki medya okuryazarlığı çabası da bu korunma gereksiniminden doğar.

durumlara göre değişen bir norma yaslanarak tahrif edilmiş durumda. Doğru bilgiye ulaşmak, manipüle edilmemek, istemediğimiz bir kişiye dönüşmemek için sunulan “gerçek”in ardındaki “hakikat”i görmemiz, dahası bu “hakikat”in pragmatik bir mantıkla mı üretilmiş ya da değişmez, köklü bir yapıya mı sahip olduğunu irdelememiz gerekiyor. Bu gereksinim de bizi yine seçim yapmaya zorluyor.

### Seçmek... Peki, Neye Göre?

Modern otomasyon sistemleri onlara atanan referans değerle çalışır. Sistemdeki kontrolörler çıktıları hep referans değerle kıyaslar ve uygun olup

olmadığına karar verir. Böylece proses kararlı bir şekilde, sapmadan çalışır. Tartışmaya çalıştığımız konu bu yapıya oldukça benzer durumdadır. Medya okurluğu mevzuunda karşılaştığımız mesajları referanslarımızla kıyaslar ona uyup uymadığına göre seçeriz. Medya yazarlığı yaparken de hazırladığımız içeriği yine referanslarımız doğrultusunda kurgularız. Ve elbette referanslarımızın hangi norma, hangi uygarlık kriterlerine göre kodlandığı bizim nasıl bir insan olacağımızı belirler. Doğru normlar, kendi medeniyet havzamızdan gelen kriterler bizi medyanın zararlı etkisinden, başka bir insan olmaktan korur. Öyle zannediyoruz ki medya okuryazarlığı çabası da bu korunma gereksiniminden doğar. Günümüzde bir Amerikan vatandaşıyla bir Rus vatandaşını aynılaştırın şey her ikisinin de “hakikat”inin (referansının) aynı normlar çerçevesinde, aynı uygarlık havzasında kodlanmış olmasındandır. Hepimiz farklı karakterlerle ve kabiliyetlerle yaratılmışken aynılaşmak, herkes gibi olmak doğru mudur?

Bizce bu sorunun cevabını başlığımızın hemen altındaki epigrafta şair en güzel şekilde veriyor.







**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**



rtukiletisim



rtukkurumsal



RTÜK



rtuk\_kurumsal



rtukkurumsal

**rtuk.gov.tr**