



TARMER ÇALIŞTAYLARI 1

“SOSYAL MEDYA ve ETİK”



Kitabın Türü

Kurumsal Yayın

Hazırlayan

İAÜ TARMER

Editör

Prof. Dr. M. Sâim Yeprem – TARMER Müdürü

Redaksiyon

Ayten Çalış – TARMER Müdür Yardımcısı

Dinçer Bilgener – İAÜ Metin Yazarı

Basım Yeri ve Yılı

Bostancıyolu Caddesi Keyap Sitesi B1 Blok

No: 24/A Y. Dudullu-Ümraniye / İstanbul - 2017

Kitap Tasarımı

İAÜ Görsel Tasarım Birimi

Baskı ve Cilt

Armoninuans Görsel Sanatlar

Ve İletişim Hizmet A.Ş.

ISBN**İÇİNDEKİLER**

Sayfa No

GİRİŞ

TARMER'in Kuruluş Amacı	5
İAÜ Mütevellî Heyet Başkanı Sn. Dr. Mustafa AYDIN'ın Açıklaması	7
İAÜ Rektörü Sn. Prof. Dr. Yedigâr İZMİRLİ'nin Açıklaması	8
TARMER Müdürü Sn. Prof. Dr. M. Sâim YEPREM'in Açıklaması	9

CALIŞTAY**Protokol Konuşmaları**

ve Dr. Necdet SUBAŞI'nın Giriş Metni	15
--	----

(Din Sosyoloğu - Başbakanlık Başmüşâviri)

Birinci Oturum

"Sosyal Medya Etiği Nedir? Nasıl Hayata Geçirilmelidir?"

Ana Konuşmacı: Ali SAYDAM

(Yazar, İletişim Profesyoneli, BERSAY İletişim'in Kurucusu)	29
---	----

İkinci Oturum*“Sosyal Medyada Dil ve Üslup Sorunları”*

Ana Konuşmacı: Doç. Dr. Ali BÜYÜKASLAN

(Medipol Üniversitesi İletişim Fak. Dekan Yardımcısı) 67

Üçüncü Oturum*“Sosyal Medya Üzerinden Algı Yönetimi”*

Ana Konuşmacı: Doç. Dr. Bünyamin BEZCİ

(Sakarya Üniversitesi Diaspora Araştırmaları Merkezi Müdürü) 103

Sosyal Medya ve Etik Çalıştayı**Sonuç Bildirgesi** 135**TARMER’in Kuruluş Amacı,****Misyon ve Vizyonu...***İstanbul Aydın Üniversitesi - Toplumsal Araştırmalar ve Uygulama Merkezi;**2013 Yılı'nda İstanbul Aydın Üniversitesi bünyesinde**ve Sn. Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM'in öncülüğünde kurulmuştur.*

TARMER'in asli misyonu; içinde bulunduğumuz kültürün ve sosyal yapının bilimsel veriler çerçevesinde tanınması ve tanıtılmasına yönelik faaliyetler yürütmek ve aynı zamanda toplumumuzdaki farklı kültürlerin birbirleri arasındaki etkileşimi açığa çıkararak evrensel barışa katkı koyacak çalışmalarda bulunmaktadır.

Dolayısıyla hem kendi kültürümüzün ve toplumsal yönelimlerimizin incelenmesine, doğru tanınıp tanıtılmasına ve sosyal zemindeki temel problemlerin (okuma oranının azalması, aile yapısının bozulması, boşanma oranlarının yükselmesi, eğitimde fırsat eşitliğinin tesis edilememesi, işsizlik olgusu, sosyal kutuplaşma, toplumda şiddet temâyülünün artması vs.) masaya yatırılarak analiz edilmesine, hem de bir zenginlik arz eden farklı kültürel yapılar arasındaki etkileşimin açığa çıkarılmasına yönelik bütüncül bir toplumsal hizmet anlayışı; TARMER'in temel misyonudur.

İçinde bulunulan toplumun kültür yapısının bilimsel verilere dayalı olarak araştırılıp incelenmesi, târihi seyir içinde çeşitli kültürlerin birbirleriyle olan etkileşimin tespiti, her tür inanç, dil, din, ırk gibi faktörlerin bu oluşum içindeki rollerinin izlenmesi, çağdaş dünyada iç ve dış olmak üzere felsefi-düşünsel, ideolojik/siyasal, bilimsel, târihi, teknolojik ve benzeri sosyal akımların toplum kültürümüz üzerindeki tesirlerinin ortaya çıkarılabilmesi için akademik çalışmalar ve araştırmalar yapılması, yayınlanması, ortaya çıkacak ürünlerin üniversite ortamındaki seminer, sempozyum, konferans gibi bilimsel ve kültürel etkinlikler aracılığıyla topluma aktarılması ve böylece oluşacak özgür düşünce ve bilgi birikiminin evrensel değerlerle birlikte en geniş anlamda yaygınlaştırılması da yine merkezin asli amaçlarındandır.

Toplumsal Araştırmalar ve Uygulama Merkezi'nin vizyonu ise; bu temel misyon çerçevesinde herhangi bir dünya görüşüne ya da perspektife takılmaksızın çok yönlü ve evrensel bilgiye ulaşan, yürütülecek çalışmalarla edinilen bu geniş ölçekli verileri toplumla paylaşan ve yaşadığımız sosyal problemleri anlayıp aşmak adına üretilen çözümlere etkin açılımlarla katkıda bulunan aktif bir araştırma merkezi olmaktır...

**Değerli Öğrencilerim,
Sevgili Okurlar...**



İstanbul Aydın Üniversitesi; sayı olarak otuzun üzerinde bulunan ve çok çeşitli alanlarda hizmet veren araştırma merkezleri ile ülkemizi ve dünyamızı ilgilendiren önemli meselelere akademik bir vizyon ile eğilmek, bu noktalarda yoğunlaştırılan çalışmaları kamuoyunun gündemine taşımak için çok ciddi bir gayret sarf etmektedir.

2013 Yılı'nda toplumumuzu yakından ilgilendiren meselelere yönelik irdelemelerde bulunmak amacı ile faaliyete başlayan ve son dört yıl içerisinde önemli konferans ve çalıştaylara imza atan Toplumsal Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi TARMER de bu etkin araştırma merkezlerinin başında gelmektedir.

TARMER, 20 Şubat 2017 tarihinde İstanbul Aydın Üniversitesi Halit Aydın Kampüsü'nde gerçekleştirdiği “Sosyal Medya ve Etik Çalıştayı” ile toplumumuzu yakından ilgilendiren meselelerden birine daha eğilmiş ve sosyal medyanın hem bireyi hem de toplumsal yapıyı ilgilendiren boyutlarını analiz ederek bu çalıştayı yayınlamıştır.

“TARMER Çalıştayları” serisi altında yayımlanan bu çalıştayda; sosyal medyadaki temel sorunlara ve etik bir bakış açısını gerekli kılan boyutlara dair gerçekçi bir bakış edinecek ve bu etkin mecrânın işlevsel, sağlıklı ve ahlâki hassasiyetlere uygun bir şekilde kullanılabilmesi için bireysel, toplumsal ve yönetsel anlamda nelere dikkat edilmesi gerektiğine yönelik reel tespitler ve öneriler bulacaksınız.

Şüphesiz ki sosyal medya gibi ‘toplumsal laboratuvar’ işlevi gören önemli bir mecrânın bundan sonraki süreçlerde sağlıklı kullanılması, topluma, toplum sağlığına ve sosyal psikolojimize olan olumlu ya da olumsuz etkisi; akademik câmiâyı da yakından ilgilendiren önemli noktalardan biridir.

Bu anlamda İstanbul Aydın Üniversitesi çatısı altında bu çalıştayı düzenleyen ve yayınlattıran TARMER yöneticileri ile bu süreçte emeği geçen herkese teşekkürlerimi sunuyor, Toplumsal Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi’nin sosyal açmazlara yönelik başarılı etkinlik ve yayınlattırma çalışmalarının devamını diliyorum...

Dr. Mustafa AYDIN
İstanbul Aydın Üniversitesi
Mütevelli Heyet Başkanı

Sevgili Öğrenciler, Kıymetli Okurlar...

İstanbul Aydın Üniversitesi bünyesinde önemli sosyal araştırmalar yapan, toplumsal konularda çeşitli etkinlik ve faaliyetler yürüten Toplumsal Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi TARMER'in 2017 Yılı içerisinde gerçekleştirdiği "Sosyal Medya ve Etik Çalıştayı"nın yayınlattırılarak siz değerli okurlara ulaştırıldığı bu çalışma; akademik câmiânın sosyal medya gibi toplum hayatını yakından ilgilendiren bir zemine yönelik bakış açısını ortaya koyması ve bu zemindeki sosyal sorunların tespiti ve çözüm önerileri noktasında akademik bir perspektifi yansıtmaları bakımından son derece önemlidir. Zira sosyal medyada her birey istediği kullanıcı hesabı ile istediği yönde açıklamalar yapmak noktasında tırnak içinde serbest olmakla birlikte; yaşanan bu süreç, çok ciddi sorunlara kapı açan 'hatalı bir özgürlük anlayışı'nın da sorgulanmasını gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla uzun zamanlardan beri felsefi ve hukûkî tartışmalara konu olan 'özgürlük meselesi'ne sosyal medyada yaşanan sıkıntılar açısından bakmamız, bugün bir zârûret hâlini almıştır. Bu anlamda TARMER'in konuya olan ilgisi ve sosyal medyada etik bir anlayışın olup olmadığını sorgulamaya dönük bu toplumsal irdelemesi, son derece önemlidir.

Çalıştayda bulunan ve gerek '*sosyal medya etiği*' ile ilgili oturumdan, gerek 'sosyal medyadaki üslup sorunları'nın örneklendirildiği ve tartışıldığı bölümden, gerekse 'sosyal medya üzerinden algı yönetimi' hususunun irdelendiği kısımdan istifade eden bir akademisyen olarak şunu söyleyebilirim ki; çeşitli alt başlıklar çerçevesinde sosyal medya olgusunun masaya yatırıldığı bu kapsamlı toplantı son derece verimli olmuş ve daha önce düşünmediğimiz noktaların ya da potansiyel sorunların düşünülmesini sağlamıştır.

İnsanı merkeze alan, insan onurunun ve mutluluğunun temel kabul edildiği sosyal meseleler; her zaman ehil dimağlarca konuşulmaya, irdelenmeye, örneklendirilmeye ve yorumlanmaya muhtaç meselelerdir. Zira toplumsal yapıyı oluşturan bireyin, yani insanın merkezde olduğu her sosyal mesele; ancak farklı perspektiflerle analiz edilerek açılabilir.

Bu anlamda konunun uzmanlarını akademi, STK, kültür ve yayın dünyası, araştırma şirketleri vs. şeklindeki türlü ayaklarla bir araya getirerek sağlıklı bir analiz ortamının oluşmasına vesile olan Toplumsal Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezimize, TARMER Müdürü Sn. Prof. Dr. M. Sâim Yeprem Hocamızın şahsında teşekkürlerimi iletiyorum; bu tarz verimli toplantıların yayınlattırılarak daha geniş kitlelere ulaştırılması yönündeki gayretlerin de devamını diliyorum...



Prof. Dr. Yadigâr İZMİRLİ
İstanbul Aydın Üniversitesi Rektörü

Toplumların Karakteristik Vasıflarını Tanımak...

Tarih boyunca toplumların yapısını oluşturan fertlerin ve ailelerin karakterlerini tanımak, önemli olmuştur. Bu sebeple içinde bulunulan zamanın her çeşit unsurları kullanılmıştır. Tabiidir ki bu sırada mevcut örf ve adetlerin tanıdığı imkanların yanında bilinen teknolojiler, alet-edevat ve özel müesseseler, bu iş için tasarlanmış metotlar da uygulanarak devreye sokulmuştur.

Toplumun karakteristik vasıflarını ortaya koyan bir takım göstergeler vardır. Bu göstergeler dikkatli bir şekilde gözlemlendiği ve yorumlandığı takdirde çok sağlam ve isabetli teşhisler konabilmektedir. Çekirdek ailenin oluşum sürecinde eşlerin tespiti için kullanılan, tarihteki önemli bir uygulamayı da burada örnek olarak vermek isterim.

Geçmişte, İstanbul'da kurulacak bir yuva için damat adayına uygun bir gelin araştırmak ve bulmak; ailenin özellikle yaşlı büyük hanımlarına düşen bir görevdi. Onlar önce sorarlar, soruştururlar, bir anlamda güvenlik kovuşturması yaparlar, gelin adayını dışarıda bir yerde habersizce görürler; sonuçta olumlu intibâlar kazanırlarsa randevu olarak ev ziyaretine giderlerdi. Ziyarette dikkatle gözlenecek hususlar çok önemliydi.

Öncelikle bir vesile uydurularak evin tuvaletine girilir; mis gibi sabun kokusu, kar gibi beyaz örtüler, pırlıl pırlıl bir temizlik görüldükten sonra da mutfak ziyaret edilirdi. Benzer manzara orada da aranır, aksi hâlde ev terk edilirdi. Çünkü özellikle tuvalet temizliği; ailenin, bilhassa evin genç kızının temizlik anlayışını, medeniyet seviyesini ortaya koyan önemli bir göstergesiydi. Yeni aile, bu seviye ile başlamalıydı.

Dil üzerinden bir başka örnek de verilebilir. Bir toplumun dili, onun hayatının göstergesidir. Özellikle günlük konuşulan dilin argo yapısının incelenmesi, ciddi ipuçları verir. Hatta kavgada, hiddet hâlinde sarf edilen sözler, edilen küfürler, ahlâkî seviyeyi, psiko-sosyal yapıyı ortaya koyar. Buna bir de bunların yazıya dönüşmüş şekillerini eklersek, göz ardı edilemeyecek veriler elde ederiz. Sokaklarda duvarlara yazılan yazılar, alt geçitlerde, tünellerde, istasyonlarda, kamuya açık tuvaletlerde görülen resim ve yazılar; baskı kalktığında şuur altından neler döküldüğünün resmidir.

Yukarıda bahsettiğim noktaların önemli bir kısmı târihî yapı perspektifinden ele alınırsa; Başbakanlık Arşivleri ve özellikle dinî hayat açısından Şer'iyye Sicilleri Arşivleri'ndeki mahkeme kararlarını ihtiva eden siciller, çok değerli malzemeleri taşımaktadırlar. Bu kaynaklara mektuplar (mektûbat), hatıralar, seyahatnameler, romanlar, hikâyeler gibi yazılı malzemeler de ilave edilebilir.



Konuyu günümüz açısından ele aldığımız zaman görüyoruz ki; teknoloji, son on yılda hızla artan bir süreç içinde bize yeni imkanlar bahşetmiştir. Ve ‘sosyal medya’ dediğimiz bu olgu; toplumumuzun karakteristik vasıflarını hemen hemen bütün yönleriyle izleme, takip etme imkanını vermektedir.

Toplumun kültürel, dînî, ahlâkî, psiko-sosyal, hatta siyâsî, iktisâdî yapısının en önemli yansıtıcısı hâline gelen sosyal medyanın içinde olayların takibi gün be gün, saat be saat, an be an, dünyanın her bir noktasıyla irtibat hâlinde saniyesi saniyesine gerçekleşmektedir.

Bu imkan toplumu sadece gözlemlemek, olayların takibini yaparak bilgi edinmek seviyesinde kalmamakta; ayrıca mevcut sosyal yapının birçok yönden motive edilmesinde, çeşitli algı operasyonlarının gerçekleştirilmesinde de takibi ve yönetimi son derece zor bir ortam oluşturmaktadır.

Böyle bir ortamda ‘ahlâkîlik’ kavramı son derece önem kazanmaktadır. İşte bu sebeple TARMER olarak ‘sosyal medya’ ile ‘etik’ ilişkilerini ele alacak bir çalıştay düzenlemeyi uygun bulduk.

Bu çalışmanın her safhasında maddî, idârî ve fikrî desteğini gördüğümüz Mütevelli Heyet Başkanımız Sn. Dr. Mustafa Aydın Bey’e, Değerli Rektörümüz Sn. Prof. Dr. Yedigâr İzmirli Hanımefendi’ye, çalıştayın hazırlık safhasının her bir kademesinde, icrâsında ve tebliğlerin kitaplaştırılmasında değerli katkı ve hizmetleri olan Müdür Yardımcım Sn. Ayten Çalışa teşekkürlerimi takdim etmek; vazgeçemeyeceğim bir kadirşinaslıktır...

Prof. Dr. M. Sâim YEPREM

TARMER Müdürü

“SOSYAL MEDYA ve ETİK ÇALIŞTAYI”

(20 Şubat 2017 - İstanbul Aydın Üniversitesi)



TARMER - Sosyal Medya ve Etik Çalıştayı

“Sosyal Medya ve Etik Çalıştayı”nın oturumlarında yeni medyanın en etkili araçlarından biri olan sosyal medya zemininde yaşanan etik sorunlar masaya yatırılmış; ‘sosyal medyadaki üslup sorunu’, ‘mevcut bir sosyal medya etiğinin olup olmadığı’, ‘sosyal medya üzerinden gerçekleştirilen manipülasyonlar ve sergilenen algı yönetimi’ gibi konular irdelenmiştir.

İlk oturumda ‘Sosyal Medya Etiği Nedir? Nasıl Hayata Geçirilmelidir?’ sorularından yola çıkılarak mevcut durum ve ideal arasındaki farklılığın net bir durum tespiti yapılmış, ikinci oturumda da ‘Sosyal Medyada Dil ve Üslup Sorunları’ konuşulmuştur.

Üçüncü oturumda ise bu mevcut tablonun toplumsal/kitlesel manipülasyona kapı açan boyutu analiz edilmiş ve ‘Sosyal Medya Üzerinden Algı Yönetimi’ başlığı altında gündeme yönelik somut örnekler incelenmiştir...

GİRİŞ

**Protokol Konuşmaları
ve
Dr. Necdet SUBAŞI'nın Giriş Metni**

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: (TARMER Müdürü)

İstanbul Aydın Üniversitesi'nin saygıdeğer Rektörü, Müttevelli Heyet Başkanımız ve çok muhterem katılımcılar... Hepinizi saygı ve sevgiyle selamlıyorum.



İAÜ TARMER Müdürü

Sn. Prof. Dr. M. Sâim YEPREM'in Konuşması

Üniversitemizin Toplumsal Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi (TARMER) olarak hazırlayıp yürüttüğü etkinliklerden 2016 – 2017 akademik yılının ilk etkinliği, 'Sosyal Medya ve Etik' başlığını taşıyan ve şimdi başlayacağımız bu etkinliktir. Hepinize zaman ayırıp özen gösterdiğiniz, bu kadar kötü hava şartları içerisinde kalkıp teşrif ettiğiniz için teşekkür ediyorum. Hoş geldiniz, sefalar getirdiniz... Toplantımızın detayları hakkında bilgi vermeden önce, konuşmayı Sayın Rektörümüze devrediyorum.

Prof. Dr. Yadiğâr İZMİRLİ (İAÜ Rektörü): Çok değerli konuklarımız; yine hocamızın başkanlığında, Toplumsal Araştırmalar Uygulama ve Araştırma Merkezi'nin gerçekten önemli bir konuda düzenlediği bu toplantıyı gerçekleştirmek üzere bir araya geldik. Tüm katılımcılara, teşekkürleri nedeniyle şükranlarımı sunuyorum.



İAÜ Rektörü

Sn. Prof. Dr. Yadiğâr İZMİRLİ'nin Konuşması

Sâim Yeprem Hocam, bu seneki çalıştay konusunu belirlerken epeyce düşündü. Ele almayı düşündüğü konular üzerinde birlikte de değerlendirme yaptık ve sonuçta buna karar verdik. Gerçekten hepimizin hayatında önemli yer işgal eden ve geleneksel medyanın tek yönlü iletişim yapısının dışında yeni bir akım olarak ortaya çıkıp adeta toplumu istilâ eden sosyal medya; oldukça önemli bir mecrâ. Bu yapı nasıl işliyor, kişiler üzerindeki etkisi ne, toplumsal etki boyutu ne düzeyde; şüphesiz bunların hep tartışılması gerekiyor.

Özellikle bilgi kirliliğinin neden olduğu sorunlar çok önemli ve bireysel olarak insanların belki de süper egoyu devre dışı bırakarak doğrudan doğruya bilinçaltıyla hareket ederek yazdıkları ifadeler oldukça problemli! Zira bu ifadeler zaman zaman son derece rencide edici olabiliyor ve hâl böyle olunca da, 'sosyal medya ve etik' konusu bir biçimde gündemimiz oluyor.

Sonuç olarak; konunun uzmanları olan değerli akademisyenlerle, bu önemli meseleyi tartışmak üzere bir araya geldik. Konuya katkı verecek tüm değerli konuklarımıza, bütün katılımcılara teşekkür ediyor saygılar sunuyorum...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM:

Sayın Rektörümüzün bu selamlamasından sonra, gerek merkezimizin kuruluşunda gerekse bugüne kadar yaptığımız etkinliklerin gerçekleştirilmesinde yürütülmesinde fevkalade desteğini gördüğümüz Mütevelli Heyet Başkanımız Sayın Dr. Mustafa Aydın Bey de bir selamlama konuşmasını lütfederlerse memnun olacağız.



İAÜ Mütevelli Heyeti Başkanı

Sn. Dr. Mustafa AYDIN'ın Konuşması

Dr. Mustafa AYDIN (İAÜ Mütevelli Heyet Başkanı): Değerli hocam, çok teşekkür ediyorum. Öncelikle üniversitemizi onurlandırdıkları için, kıymetli hocalarımıza teşekkürlerimi sunuyorum. Sâim Yeprem Hocamızın davetine icâbet edip, bugün gerçekten toplumumuzu çok önemli bir sorunu hâline gelen bu konuyu ele aldığınız için; hepinize şükranlarımı arz etmek istiyorum.

Birçok hocamla zaten sık sık bir araya geliyoruz. Ancak değerli hocamın başında bulunduğu merkez, gerçekten ismi gibi toplumun kılcal damarlarına nüfuz eden; toplumsal anlamda önem taşıyan konulara yönelen bir merkez. Topluma zaman zaman menfi, zaman zaman da müspet yönde etki eden konuları irdeleyen, sosyal meseleleri farklı açılardan ele alan ve sonrasında bu verileri rapor hâline dönüştüren TARMER; hem bu bilgileri ilgili mercilere sunmak, hem de toplumun hizmetine açık hâle getirmek bakımından oldukça önemli bir hizmet yapıyor. Onun için de değerli Sâim Yeprem Hocama, TARMER Dâimî Danışma Kurulu'nun saygıdeğer üyelerine, Diyanet İşleri Başkanımıza, İstanbul Müftümûze ve tüm değerli hocalarımıza şükranlarımı arz ediyorum.

Hepimiz biliyoruz ki, çağımız iletişim ve bilgi çağı. Artık hiçbir bilgi gizlenemiyor ve her bilgi ânında her yere ulaşıyor. Ama bununla beraber; insanlar bu iletişim araçlarını zaman zaman gerçeğe ve toplumun değerlerine aykırı şekilde kullanabiliyorlar. Dolayısıyla bu sorunlu tavırla birlikte, birçok noktada özele de müdahale ediliyor. Yani insanlar büyük bir rahatlıkla rencide edilebiliyor!

Peki bu bir özgürlük müdür? Yok değilse, 'özgürlük' dediğimiz mefhumun sınırları nereye kadardır? İşte bu sorular, hep cevaplanması gereken suallerdir. Dolayısıyla sosyal medyayı hangi açılarla ele alacağımız ve hangi değerler çerçevesine oturtacağımız önemlidir. İşte bugün, çok tartışılan ve tartışılması da gereken bu konu; değerli hocamızın koordinatörlüğünde masaya yatırılacak. Lûtfedip katıldığınız için, üniversitemizi onurlandırdığınız için tekrar teşekkürlerimi sunuyor şimdiden bu değerli çalışmanın hayırlı uğurlu olmasını diliyorum...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: Teşekkür ederim Sayın Başkanım... Değerli katılımcılar, konu seçimi için yaptığımız araştırmada; sosyal medya konusunun günümüzde birçok kuruluş tarafından ele alınmış olduğunu gördük. Birçok yerde ulusal ya da uluslararası sempozyumlar, çalıştaylar, toplantılar yapılmış ve diğer konulardan daha fazla ilgi çekici olduğu için bu yönde bir hayli etkinlik gerçekleştirilmiş. Ancak bütün bunların içerisinde bizim dikkatimizi çeken şu oldu ki; tüm bu ilgiye rağmen, merkezimizin kuruluş amacını da teşkil eden bir konu üstünde oldukça az durulmuş. O da; 'sosyal medya' denilen günümüz fenomeninin, ahlâkî değerlerle olan ilişkisi konusu.

Tabi sosyal medya, toplumumuzun her yönüyle bir göstergesi konumunda. Bu mecrâ bir ayna olarak kabul edildiği takdirde ve o aynadan bakan da gördüğü manzarayı etik açısından değerlendirdiğinde; çok iç açıcı bir manzarayla karşılaşmadığımız ortada. Özellikle farklı görüşlere karşı gösterilen tahammül, farklı görüşlerin ele alınışında ve değerlendirilişinde kullanılan üslup oldukça sorunlu. Kullanılan dil; benim şahsen telaffuz edemeyeceğim galiz ifadelerle, hatta çok affedersiniz küfürlerle dolu. Birçok yerde; hemen Freud'u akla getiren bel altı çirkin sözlerle kişilerin birbirilerini rahatça itham ettiklerini, suçladıklarını görüyoruz.

İki üç kişinin bir araya geldiği zaman rahatça konuşamayacakları, sarf edemeyecekleri ifadeleri; zemin sosyal medya olunca hemen iki üç satır içinde çok rahat kullandıklarını gözlemliyoruz; hatta bu durumun, çoğunlukla alenî olması sebebi ile suç teşkil eden bir boyuta vardırıldığını müşahade ediyoruz. Bu manzara acaba, seyrettiğimiz bu toplumun, kendi içindeki ilişkilerinde, farklı görüşlere tahammüllerinde ve çeşitli görüşler savunulurken karşı karşıya gelindiğinde benimsenen dilin seviyesini mi gösterir; ahlâkî düzeyi mi işaret eder? İşte bütün bu panoramadan hareketle; bu önemli sorunun ele alınmasının ve kaynaklarının ortaya konulmasının uygun olacağını düşündük. Ve başta Mütevellî Heyetimiz ile Sayın Rektörümüz de destek verdiler.

Tabi bu destek halkasında; birçoğu şu anda toplantımızda bulunan dâimî danışma kurulumuz, başta Diyanet İşleri Eski Başkanımız Sn. Prof. Dr. Ali Bardakoğlu, Başbakan Başmüşâviri Sn. Dr. Necdet Subaşı Hocamız, ki kurulduğumuz günden itibaren fikir babalığı yapmış ve destek vermiştir, her talebimizde koşarak gelen Sn. Prof. Dr. Aliye Mavili Aktaş Hanımefendi, sevgili yardımcılarım, yönetim kurulu üyelerimiz, Sn. Prof. Dr. Kenan Gürsoy, Sn. Prof. Dr. Kâzım Yetiş Hocalarımız, sosyoloji bölüm başkanımız Sn. Prof. Dr. Mahmut Arslan Hocam ve yönetim kurulu üyemiz Sn. Doç. Dr. Muallâ Gülnaz Kavuncu Hanımefendi de var.

Sevgili konuklar, TARMER olarak bugüne kadar beş çalıştay icrâ ettik. Hemen hemen hepsinde uyguladığımız, bize göre son derece yeni ve diğer metotlardan faydalı olan bir usûl söz konusu. Oturumlarda, o oturumun temel konusunu temsilen bir konuşmacı; o oturumda ele alınacak konuları ana hatlarıyla bildiriyor. Yani *'Bu oturumda müzakere edeceğimiz konular, şu çerçevededir!'* anlamında bir bildiri konuşması yapıyor. Sonra da katılımcıların tamamı o konuda veya vakitlerinin verdiği

imkân kadar çalıştayan genel konuları içerisinde fikirlerini beyan ediyorlar, katkıda bulunuyorlar. Tabi konuşmacının yaptığı konuşmayı mutlaka tenkit edecek değiller, tamamen serbest hareket ediyorlar.

Bu tür çalıştaylarımızın en önemli tarafı; fikir alışverişini çok daha geniş mecrâlara taşımaktır. Ki inşallah Mütevellî Heyetimizin ve Rektörümüzün himmetleriyle, bu çalışmamız toplantının akabinde hemen kitaplaştırılıp uygun makamlara ve akademi dünyasına bir yayın olarak sunulacaktır. Bu şekilde yayılacak olan kitapların tamamen orijinal düşünceleri içerdiğini, konuşmacıların bireysel açıklamalarının aynıyla yazılı metne aktarıldığını da ayrıca ifade edelim. Sözü fazla uzatmadan çalıştayımızın müzakere yolunu açacak olan, TARMER Dâimî Danışma Kurulu Üyesi ve Başbakan Başmüşâviri Sn. Dr. Necdet Subaşı Hocamıza mikrofonu devrediyorum...

Dr. Necdet SUBAŞI:

(Din Sosyoloğu – Başbakanlık Başmüşâviri)

Çok değerli katılımcılar, hepinizi saygıyla selamlıyorum. Sosyal Medya ve Etik Çalıştayı'nda; hocamın da girişte vurguladığı gibi herkesin fikir sahibi olduğu, hatta deneyimleriyle içine dâhil olduğu bir süreç hakkında bağlayıcı ve yönlendirici bir konuşma yapmak çok zor. Hem sıkıcı olmamak, hem de yolu açmak gibi bir sorumluluğum var. Bunun çok zor olduğunu özellikle belirtmek istiyorum.



*Başbakan Başmüşâviri
ve TARMER Dâimî Danışma Kurulu Üyesi
Sn. Dr. Necdet Subaşı'nın Konuşması*

Bu mecrâda çok dolaştığımdan olsa gerek, Sâim Hoca böyle bir sorumluluk verdi. Evet, çok yoğun bir şekilde sosyal medya mecrâlarını kullanıyorum; ama Twitter kullanmıyorum. Çünkü hızına yetişemiyorum. Yaşım ve dilim, belki ahlâkî çerçevem buna izin vermiyor. Dalaşma sürecine dâhil olamıyorum ama; Facebook biraz daha kendi odam, evim gibi görünüyor. Orada çok yoğun bir şekilde, kendimce doğru olduğunu düşündüğüm paylaşımlar yapıyorum ve büyük bir iyi niyetle yaptığım şeylere rağmen çeşitli eleştiriler alıyorum.

“Memleket elden gidiyor, şu konuştuğun şeylere bak! Oturmuş kedinden bahsediyorsun! Köyünden, anandan, babandan bahsediyorsun! Asıl referandum hakkında ne düşünüyorsun?” veya *“Memleket çakaldan geçilmiyor, siz niye bu konularda görüşlerinizi ifade etmiyorsunuz?”* gibi! Böyle bir dili var yani bu dünyanın. Hakikaten bu mecrâyâ giren de pişman, girmeyen de pişman! Sonuç olarak öyle görünüyor...

İçine girdiğinizde, özgürleştirici olduğunu düşündüğünüz bir alan önünüze açıyor; hatta ikili ilişkilerde kullanmadığınız, yüz yüze ilişkilerde kesinlikle gerçekleştiremediğiniz bir gevşekliğe sahip oluyorsunuz. Söz sanki dilinizin ucunda, hemen çıkmak üzere orada duruyor! Bunun mutlaka bir psikolojik tahlili yapılacaktır. Yani sosyal medya kullanımının insânî niteliklerimizle olan bağı konusunda, mutlaka değerlendirmeler yapılması gerekiyor.

Bir yandan da şöyle bir şey çıkıyor ki; çok içe kapanmış, dünya ile net ilişkiler kurmakta zorlanmış insanlar, sanki bu mecrâ aracılığıyla bir söz patlaması yaşıyorlar. Bu mecrâ onları konuşturuyor. İtiraf, saldırganlık, paylaşma, cesaret, kendini ifade etme, bütün bunlara baktığımız zaman; gerçekten de oldukça kalabalık ve içerik zenginliği olan bir yapıyla karşı karşıyayız. Tabi bu kadar çok sözün dolaştığı, bu kadar çok tavrın gezindiği bir ortamda da ahlâkî sorunların olmaması mümkün değil! Zaten sosyal medya da, başından sonuna kadar ahlâkî bir mesele olarak ortaya çıkıyor.

Mesela 15 Temmuz’u hem sosyal medya ortamında hem de Kızılay’da takip ettim. Kızılay’daki asaletin, sosyal medyada aynı dil üzerinden ilerlemediğini de rahatlıkla gördüm. Aslında 15 Temmuz’a karşı çıkanların ve 15 Temmuz’u sahiplenenlerin ilk üç saat içerisindeki maillerini incelemek lazım. Türkiye’de insanların bir saat içinde nasıl kendilerini ayarladıklarını, bu ayarlamaların hangi korkulardan, hangi beklentilerden beslendiğini irdelemek gerek.

Bunu, şu ya da bu tarafta olarak; konuyu bu açıyla değerlendirmek için söylemiyorum. Sosyal medyanın etkisi o kadar yüksek ki; sizin buradaki beyanlarınızın, yarın önünüze ne tür bir fatura olarak konacağını kestirmek mümkün değil. Mesela iş başvurusu için girişimde bulunanların hemen arkasından paylaşımları geliyor. Eskiden bir cv, referans mektubu yetiyordu; ama şimdi yetmiyor! Arkadan, “*Falan tarihteki paylaşımları, ekte dikkatlerinize sunulur.*” gibi notlar gönderiliyor. Burada şunu anlatmaya çalışıyorum; bunları üreten, bir şekilde yaratan bizler değiliz. Ama berbat bir şekilde mâruz kaldığımız bir alan olduğunu da söyleyebilirim.

Buna karşı kenarda durmak mümkün değildir. Sosyal medya, başta gençler olmak üzere hepimizi çok ağır bir şekilde kontrolüne aldı ve bağımlılık ilişkilerinden başlamak üzere her birimizde muhtemelen farklı birtakım psikolojik sorunları da beraberinde getirmeye başladı. Cep telefonunun hayatımıza girmesiyle beraber onun olanaklarının çoğalması, bir anlamda iletişim dilini de dönüştürdü ve dönüşen iletişim diliyle birlikte, muhataplarımız Ali, Mehmet olmaktan çıktı. İnternette başka bir yapıyla, gündelik gerçeklik anlamında da bambaşka bir gerçeklikle karşılaşıyorsunuz. Mesela çok sevgili ağabeyim Ali Büyükaslan ile yüz yüze konuştuğumuzdaki rahatlıktan daha fazlasını, internette yaşıyoruz; çünkü orada çözümlüyoruz. Bunun nasıl bir hâl olduğunu, uzmanların konuşması kanaatindeyim.

Benim burada yapacağım şey, bunun teknik içeriği hakkında ileri geri konuşmaktan çok; bireysel olarak bu hikayeden nasıl etkilendiğimizi, bu hikayenin bize gündelik gerçeklik içerisinde ne tür maliyetler yüklediğini sıralamak ve bununla ilgili en azından kişisel deneyimlerimi paylaşmaktır.

Sosyal medyanın, siyasal anlamda çok manipülatif yanları var. Mesela ‘İslamofobi’ üzerinde kafa yordüğümüzde görüyoruz ki; İslam’ın korku fenomeni olarak resmedilmesinde, sosyal medyanın sahiplendiği rolü bu zamana kadar başka hiçbir şey gerçekleştirmedi. Haçlı Seferleri’nde veya farklı durumlarda, bizim hakkımızda üretilen yargılar sosyal medyada olanlar kadar ağır mıydı; bunu düşünüyorum açıkçası! Değildi, bugün çok daha farklı.

Sosyal medya, bir insanı bitirmek, yerin dibine batırmak konusunda çok güçlü imkanlara sahip olduğu gibi; sıradan birini yüceltmek ve onu tanrısalılaştırmak noktasında da aynı güce ve imkana sahip. Gerçekliği abartarak ya da küçümseyerek takdim eden bir zemini de, ahlâkî açıdan konuşmamız lazım.

Bu noktaları konuşmanın gerekliliğine inanmakla beraber; sosyal medyanın sınırladığı gerçeklik konusunda benim bir umudum yok. Sosyal medya; kendi hızını, gerçekliğini, hazzını, şehvetini kendisi üretiyor! Dolayısıyla “*Bu konularda ne tür önlemler alınabilir, kendimizi ona karşı nasıl daha korunaklı bir yerde tutabiliriz?*” sorusu maalesef hâlâ boşlukta duruyor.



Eskiden benim kullandığım, masaüstü bir bilgisayarım vardı. Bir de iPad'im. Şimdi hepsi bir telefona sığıdı! Telefonla, birden fazla insanla iletişim kurabiliyorum. Facebook, Twitter, Instagram gibi sosyal medya mecrâlarını da kullanıyorum. “Benim mail hesabım yok.” diyeni, ben dâhil nasıl değerlendiriyoruz; ona bakmamız lazım önce. Mesela mail hesabını yazarken zorlanan, ifade etmekte güçlük çekenleri ne şekilde değerlendiriyoruz? Onları hangi yüzyılın insanı olarak görüyoruz? Bizden başlayarak, bunun edebiyatını yapanlar üzerinden gidiyorum. İşte bütün bunlara bakmamız gerektiğini düşünüyorum. Ve bir hesap sahibi olduğunuz andan itibaren, bu sürecin bir parçasısınız artık! Bundan sonraki süreç, geçmişe benzemeyecektir.

Genelde bu tür konular bir tartışma zemini içerisinde ele alınmaya başlandığında; alışlageldiği üzere, hep olumsuz tarafları konuşulur. Rahatlatıcı, genişletici, özgürleştirici yanları, hayatımıza olan pozitif katkıları pek konuşulmaz. Onu bir fenomen olarak algılamaya başladığımızdan itibaren, “*Bize ne gibi bir zararı oluyor?*” diye düşünmeye başlıyoruz.

Mesela akademik bir sohbette yüz yüze ilişkilerde öğrendiğimiz bir bilgiyle, Facebook üzerinden her gün aralıksız bir şekilde vaaz eden, bu mecrâ üzerinden nutuklar çekenlerin söylemlerine kulak verdiğimizde; arada nasıl bir fark vardır? Biriyle yüz yüze konuşurken aldığımız bilgi akışıyla, internet üzerinden takip ettiğimiz veriler ya da birkaç ikona bağlanmış nutuklar aynı mı? Bu çok zor bir nokta işte!

Amerika’da, bir platform oluşumu var. İnsanların yeteri kadar okumadıklarını ve kitapla irtibatlarının giderek zayıfladığını düşünerek TED Konferansları adı altında, hepimizin haberdar olduğu bir dizi sunuş yapıyorlar. Biz o TED Konferansları’nın olduğu ışıklı konferans salonlarında değiliz, ama evde izleyerek bir tür bilgi akışının parçası oluyoruz. Yani internetin böyle imkanları var; ama aynı internet, DEAŞ militanlarının kendisini inşa etmesinin en önemli araçlarından da bir tanesi! Yani bölgede İslâmî ya da gayr-i İslâmî, yeryüzü ölçeğinde insanlara zarar vermek üzere inşa edilmiş oluşumların da en önemli iletişim araçlarından birisi.

Sosyal medya, sadece çocuklarınıza “*Servisten indin mi?*”, “*Hava nasıl?*”, “*Üstünü giydin mi?*” gibi sorular yöneltmenize, bu tarz insânî ilişkilere fırsat veren bir yapı değil! Aynı zamanda; “*Orası bombaya müsait değil! Reina’ya in!*”, “*Orayı terk et, oradan çıkıp*

şuraya gir!”, “*Tamam burası uygun, burada patlat!*” gibi mesajların da aktarıldığı bir zemin.

Bu konuyu sizlerle paylaşmak için hazırlık yaparken; çok teknik, belki de akademik bir çerçevede konuşmamızı gerektirecek kavramlarla da tanıştım. Burada en dikkat çekici olan; bireyin, failin, bu süreçle beraber başka bir kılığa girmeye başlaması. Yani artık sosyal medyada karşılaştığımız tipolojilerin, gerçeklik dünyasında muhatap olduğumuz öznelardan bir adım ileride olduğunu; bir yaratığa dönüştüğünü söylemek lazım! Çünkü o paylaşımları gündelik gerçeklikte, hukuk düzleminde, ortak referans dünyasında dile getirip bölüşmeniz mümkün değil. Bu dil kamusal alanda işlemiyor, ama internette de kendi kamusal alanını oluşturuyor. Ayrıca bu kavramı, ihtiyatla kullanmak istiyorum! ‘*Kamusal*’ kavramının nerelere gittiğini bilirim. Oradaki dil kibar, nazik, alttan alan bir dildir; ancak böylesi bir Zeki Müren dilinin, internette karşılığı olmadığını görüyoruz. Etkin olan dil; yeteri kadar saldırgan, yeteri kadar vurucu, kendini savunmakta sınır tanımayan ve kendini her gün yeni bir şeyler yaratmak zorunda hisseden bir dil! Eski hikayeler ve eski sözcüklerle kendini yok etmeyen, yer yer fantastik, yer yer avâmî anlamında pornografik, insanı güya tatlandıran, insana heves, heyecan vaat ettiğini söyleyen çarpık bir dilden söz ediyorum. Ve her gün çıkan yeni kavramlar dolayısıyla internet kamusalığında da çok farklı bir beden dili ve cisimleştirme ortaya çıkıyor. Ayrıca, bir akışkanlığı duyurma isteğimiz var. Normalde mesajınızı on-on beş kişiye ancak iletme durumumuz varken, internette bu mesajı küresel ölçekte dolaşıma sokma imkanınız var. Ve sizin mesajınız üzerine üretilmiş yeni mesajlarla da; onun kendi dilinden uzaklaştırılması, çoğaltılması gündeme geliyor.

Ben 2001 Yılı’nda, internet daha yeni yeni Türkiye’de bir dolaşım alanı olarak ortaya çıktığı dönemlerde; işin hiç bu tarafını merak etmeksizin, belki de sosyolog kimliğinin getirdiği sorumlulukla farklı bir alanda çalışma yaptım. O çalışma internette hâlâ mevcut. ‘*Sanat Cemaat Örüntüleri*’ diye akademik bir çalışmaydı. Orada derdim şuydu! Eskiden birtakım chat odaları vardı. Bir odaya giriyordunuz, orada kediden hoşlananlar kedi üzerine, İslam propagandası yapmak isteyenler de o konu üzerine konuşuyorlardı. Mesela feministler, bir odaya girip bu konuda iletişim kuruyorlardı! Ve oralarda binlerce insan arka arkaya laflar ediyordu. Siz de bunları takip ederek, bütün bunlara yetişerek ve tabii ki tanınmayı da başarak o mecrâda var oluyordunuz. O kadar lafın arasına girince, insan tanınmak ister elbet!

Ben o dönemde ortak hissiyatları, evrenleri olan insanların nasıl sanal bir cemaat etrafında kümelendiklerini ortaya çıkarmak için bu çalışmayı gerçekleştirdim. Bugün buna artık pek fazla ihtiyaç yok gibi, çünkü internet insanlara birbirinden farklı onlarca cemaat içerisinde dolaşma imkanı veriyor. Mesela sabah Edip Yüksel'in grubuna katılabilirsiniz, akşam da Adnan Oktar'ın sohbetlerine! İkindiye doğru da Nurettin Yıldız'a takılabilirsiniz. Biraz daha ilerleyen saatlerde ise; belki küresel ölçekte bize uzak bir coğrafyanın diliyle temasa geçebilirsiniz ve siz bunların hepsini de bir arada idare edebilirsiniz!

Buralara girer çıkarsanız, aslında bunun pornografik bir tarafı da var. Bu kadar çok bilgiye, yüze, söyleme dayanabilir mi insan? Ayrıca bu akışın bizden beklediği garip bir performans da var. Biz bu performansı da arttırmak zorundayız. Yıkılıp gidiyoruz tabi; bu kadar çok sözden haberdar olmak, kişisel dünyamızda çok içe kapanık bir dile dönüşüyor. Beni dinleyecek beş bin kişi var, her an attığım twiti beğenen yüz binler var. Bu garip bir tanrısallık doğrusu! Çok fazla uzatmak istemiyorum, çünkü Ali Saydam Hocam var sırada. Çok teşekkür ediyorum. Bu bağlamda düşüncelerimi sizlerle paylaşmış oldum. Saygılar sunuyorum...



BİRİNCİ OTURUM

Birinci Oturum

“Sosyal Medya Etiği Nedir? Nasıl Hayata Geçirilmelidir?”

Konuşmacı: Ali SAYDAM

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: Sn. Dr. Necdet Subaşı Hocamıza teşekkür ediyoruz. Çalıştayımızın ilk oturumu; Halkla İlişkiler Uzmanı ve İletişim Profesyoneli Sn. Ali Saydam'ın, *“Sosyal Medya Etiği Nedir, Nasıl Hayata Geçirilmelidir?”* başlığını taşıyan konuşmasıdır. Buyurunuz hocam, mikrofon sizindir...

Ali SAYDAM:
(Bahçeşehir Ün. Öğr. Üyesi - İletişim Profesyoneli)

Teşekkür ederim. İstanbul Aydın Üniversitesi'nin Sayın Mütevelli Heyet Başkanı, Sayın Rektörüm, Sayın oturum başkanımız ve müdürümüz. Öncelikle TARMER'i, konu seçiminden ötürü kutluyorum. Bence bu konuya eğilmenin ve arı kovanına çomak sokmanın tam zamanı! Yani ezber bozmanın zamanı! Bu nedenle kutluyorum, böyle bir konuyu ele aldığınız için.



*Halkla İlişkiler Uzmanı ve İletişim Profesyoneli
Sn. Ali SAYDAM'ın Konuşması*

Ben üniversitede öğretim görevlisiyim. Haddimi bilmek bâbında dile getirmek istedim. Hâlbuki öğretim üyesi diyorlar. Öğretim üyesi olmak, akademik kariyer meselesidir ve ciddi bir hadisedir. Biz pratik içerisindeyiz ve mesleğimiz gereği de çalışmalarımız bu yönde. İletişim, uygulamalı bir bilim alanıdır. Yani ‘multidisipliner’dir. O yüzden bir sürü yerden nemalanır. Sosyolojiden, psikolojiden, iktisattan ve daha pek çok yerden! Ekseriyetle, uygulamalı bir bilim alanıdır. Biz de uygulamanın içinden geliyoruz işte...

Neden bu çalışmayı düzenlemenizin tam zamanı olduğunu ve önem arz ettiğini hemen ifade edeyim. Bir canavar yarattı insanlık ve şimdi de bu canavarla başa çıkmaya çalışıyor. Tıpkı para gibi! Para da çok yararlı bir şey değil. Mübadeleyi ortadan kaldırıp ticaret ve üretimin gelişmesine katkı sunmak için yaratılmış bir şeydi ve o da bir canavara dönüştü.

Benzer bir şey de internet için söz konusudur. İnternet; hızlı ve doğru haberleşmek için kurulmuş bir yapıydı. Amerikan Silahlı Kuvvetleri’nde ilk kez uygulanmıştı ve sonra da üniversitelerde bilimin yayılması için ihtiyaçtan ortaya çıkmış bir şeydi. Fakat aynen para gibi, o da bugün insanlığı tehdit eden çok ciddi bir unsur olarak karşımızda! Necdet Bey’in verdiği örnek çok çarpıcıdır. Terörün en çok kullandığı iletişim aracı, sosyal medya ve internet ortamıdır.

Peki, bu canavarı ne yapacağız?

Yasaklasan bir türlü, yasaklamasan başka türlü! Yani insanlığın önünde bir açmaz gibi duruyor. Bu açmazın çözümlerinin yolu da, yine insanın irâdî yapısıyla çözülebilecek gibi gözüküyor. Ben kısaca, dört bölümden oluşan bir şey arz edeceğim.

Efendim; az önce de arz etmeye çalıştığım gibi, 90’lardan bu yana pek çok şey değişti. O dönemlerde eski tip telefonlarla konuştuğumuzu, telefonu kaldırıp saatlerce çevir sesi beklediğimizi hatırlıyorum. Ya da Ankara’ya telefon yazdırıp üç saat beklediğimizi! Biz o dönem bu telefonlarla konuştuk. Oysa şimdi, “Akıllı telefonlar hayatımızda olmasa ne yaparız!” diye düşünüyoruz.

Bu değişim, inanılmaz derecede hızlı gelişti. Son yirmi yıl içinde alınan mesafe, son beş yüz yılda gidilen mesafenin bilmem kaç katıymış falan! Ayrıca bu da yetmiyor. Bir gün Faruk Eczacıbaşı ile toplantıydık, birdenbire kalktı gitti masasına ve telefona

baktı. “Ne oluyor!” dedik, “Nereden anladı!” falan diye düşündük; meğer kolunda saat varmış, titremiş. Yani gece yatarken telefonların sesini kıssanız bile, titremede bıraktıysanız sizi uyandırabiliyor. O saatleri de geliştirdiler ve bugün daha da fonksiyonel hâle geldi.

Bu değişimin bir başka örneği, gazeteciliğin ve de basılı medyanın en önemli örnekleri olarak derslerde de okutulur. Her ne kadar şu sıra Türkiye’deki iktidarla ilgiliyse ve Türkiye’nin Cumhurbaşkanını devirmek için ne yapılması gerekiyorsa onu yapıyorsa da; New York Times önemli bir gazetedir. New York Times, bugün analog yayınından ziyade dijital yayını vurguluyor ve yakında gazeteyi satın almak da giderek imkansızlaşacak.

Geçmiş dönemlerde Milliyet’te, daktilolarla çalıştık. Beş buçuk yaşındaki en küçük oğlumuz ise, şimdi televizyon ekranına dokunmatik hareketler yapıyor. Allah bağışlarsa, dört tane var bizde. Yani değişim bu kadar hızlı ve enteresan...

Kitle iletişim araçları denildiği zaman biz ve hatta yakın tarihe kadar yeni kuşaklar; gazete, televizyon, dergi ve broşür gibi kitle iletişim araçlarıyla ilgileniyorlardı. Buna birdenbire internet eklenince ise karşımıza böyle bir manzara çıktı. İnternet radyoları, e-kitap, hatta IP TV dedikleri internet üzerinden televizyon yayını vs. gelişmeler oldu.

İnsanın interneti hem yaratıp hem de bir canavar hâline getirmesinin temel nedenlerinden biri de bu işte! Teknolojiyi ortaya atıyor, ama değişim arkadaki sosyal dengeyi oluşturmada gelince sorunlar çıkıyor. Yani birdenbire gelen teknolojik gelişme, kaotik bir şekilde ortaya çıkıyor ve varoluş nedeninin tamamıyla antitezi olan bir noktaya doğru ilerliyor.

Bir de adaptasyon sonucu, ‘yeni medya’ kavramı türedi. Ve buradan da, ‘sosyal medya’ denilen kavrama geçildi. Artık her şey bir dakikada ve yüz kırk karakterde anlatılıyorymuş gibi bir inanış var! Hiç de öyle olmadığını, birazdan göreceğiz...

Ayrıca GENAR Başkanı Sn. İhsan Aktaş Bey’in de burada olmasını bir avantaj olarak görüyorum ve bu noktada araştırmaların neler söylediğini de çok merak ediyorum. Nasıl yaşadığınızı paylaşacaksınız, nerede olduğunuzu paylaşacaksınız, neler yaptığınızı paylaşacaksınız., vs. vs. Instagram’da ne diyor mesela insanlar? “Ben şahane

bir manzara gördüm!” diyor. İyi de güzel kardeşim, bana ne senin gördüğün manzaradan! Hele bu çocuğuyla meşgul, konsantre olmuş anneler muhabbeti; Instagram ve Twitter ortamında inanılmaz boyutta.

Mesela, kendi resmini değil de çocuklarının resmini koyan annelerin oranı çok yüksek! Bu bir psikolojik veya sosyolojik vaka olarak analiz edilebilir. Çocuğa Anneciğim, babacığim!” demeyi yadırgarız. “Aman yapmayın!” der psikologlar. “Babacığim, şunu şuradan getirsene!” söylemini düşündüğümüzde; çocuğa hiç babacığim denilir mi? Hâl böyleyken, çocuğun resmini kendi resmi yerine koyan anneler var işte...

Öncelikle bir Türkiye’ye bakalım, sonra da Avrupa’ya göz atalım! Aşağı yukarı Türkiye, Avrupa’nın % 10’nunu oluşturuyor. 79 Milyon 140 bin nüfus, 46 milyon 280 bin aktif internet kullanıcısı, 42 milyon aktif sosyal medya kullanıcısı, 71 milyon mobil bağlantılı olan ve de 36 milyon da aktif mobil sosyal ağları kullanan insan var. Şimdi bir de Avrupa’ya bakın! Neredeyse tam 10 katı! Bir tek mobil bağlantılarda % 10’dan biraz daha düşük.



Sonuç olarak; Avrupa’nın % 10’nunu karşılıyor. Deli gibi! Ne memleketmişiz! Çok ihtiyacımız varmış da, bir anda açlık duymuşuz sanki! Bunun sebebi var tabi. Baskı altında tuttuğunuz zaman, sınırsız sorumsuz diyebileceğimiz sosyal medya ortamı; birdenbire insanların içindeki her türlü kompleksi dışarıya atmaya hizmet eden bir zemin hâline geliyor. Neticede hızla ve kuralısızca gezilen bir mecrâdan söz ediyoruz! En tehlikelisi de bu zaten. Hem kuralsız, hem de hızla geliyor ve bunu şekillendirenler de bundan çok büyük bir memnuniyet duyuyor.

Gelecek tasarımı, popüler bir şey değildir. Elit kesim tarafından yapılır. Yazık ki, “*Bu noktadaki tasarım, popüler kullanıcı tarafından yapılmalı!*” şeklinde bir savunu da söz konusu. Esas çatışma ve gerilme noktası da burası zaten! Yani o zaman hangi kültür ve değerlerin hakim olacağını tartışamaz hâle geliyorsunuz ve baştan kaosu kabullenmek zorunda kalıyorsunuz!

Medyada ise, özellikle profesyonel gazeteci olmayan bir tipoloji türüyor. Mesela, ‘*blogger*’ denilen bir tür var. Bunlar ciddi para kazanıyorlar ve bu mantıktan hareketle de, çok etkili oldukları sanılıyor. İşte hep bu noktalara bakmak lazım. Ayrıca birazdan ne kadar etkili olduklarını da inceleyeceğiz...

Herkes artık “*Ben gazeteciyim!*” diyerek zil takıp oynuyorlar. Herkesin gazeteci olmasının ne kadar vahim sonuçlar doğuracağını farkında değiliz henüz! O yüzden de TARMER’in bu toplantıyı düzenlemesi son derece önemli. Etik kurallarına duyulan ihtiyaç, tabii ki elzem. Fakat şöyle bir problem de var!

Etik nedir öncelikle? ‘*Ethos*’ sözcüğünden türemiş, ahlâkla ilgili olarak ortaya çıkmış bir kavram. Fakat ‘*etik*’ ile ‘*ahlâk*’ arasındaki ayrımı da, tam olarak ifade etmekte zorlanıyoruz. Çok yalın olarak arz etmeye çalışayım...

Bunun mutlaka akademik boyutta çok daha komplike, karmaşık bir anlatımı vardır ama; bu etik meselesinin bir yönü, bireysel olabilecek değer sistemleriyle ilgili. Ve bunun içine, ahlâkın kaynaklandığı dîni inanç sistemleri de girer.

Oysa etik meselesi, kurumsal bir meseledir. İnsanın etik davranışı olmaz. İnsan ancak bir kurumun içinde olursa olur. Eğer ben bir öğretim üyesiysem, üniversitenin etik kodları vardır ve ben bu etik kodlara uymak zorundayımdır. Fakat Ali Saydam’ın etik kodları olmaz, ahlâkî değerleri olur.

Sonuç olarak bu noktayı ciddi olarak tartışmakta, neyin ‘*ahlâk*’ neyin ‘*etik*’ kapsamına girdiğini saptamakta yarar var. Çünkü bu konuda bir fikir arz ettiğiniz zaman, size “*Sen benim ahlâkî değerlerimle nasıl ilgilenebilirsin, buna nasıl set çekebilirsin?*” denebilir ve bu haklı bir karşı çıkıştır. Oysa etik kodlar meselesi farklıdır! Örneğin ben bu üniversitede çalışmak istiyorsam, bu üniversitenin koyduğu etik kodlara uymak zorundayımdır. Bu nedenle ‘etik’ ve ‘ahlâk’ meselesi karıştırılmamalı. Fakat ne yazık ki, ortada büyük bir karmaşa söz konusu...

Kaosun parçalarından bahsedelim biraz! Örneğin telif haklarının tecavüze uğradığı en yaygın alandır sosyal medya. Özel yaşamın gizliliği de zinhar dikkate alınmaz. İçeriğin asıl kaynağı gösterilmez!

Ben hiç böyle bir şey görmedim. Mesela benden bir sürü alıntı yapıyorlar. Necdet Bey çok iyi ifade etti bu noktayı. Hele de televizyon çıkıyorsanız, fikir beyan ediyorsanız! Hasbelkader Yeni Şafak Gazetesi'nde haftada üç gün yazıyorum, televizyona da arada bir çıkıyoruz. Ancak üzülerek ifade ediyorum ki, küfrün bini bir para! Ve fikir falan değil aldığım! Reaksiyon! Gerçi “Arkasından yüz köpeğin havlamadığı kurda, kurt demezler!” diye kendimizi tatmin edip geçiştiriyoruz ama, ciddi bir sorun bu. Kızmamaya çalışıyorum, fakat sinirlenmediğimi söylemek zor.

İki defa yasal yola başvurdum ve sonra kapıma gelip ağladılar. Birdenbire evini polis basmış falan! Sonunda ise, benim ders verdiğim üniversiteden bir araştırma görevlisinin yaptığı ortaya çıktı. Zor ama VPN denilen araçlarla New York'tan bir IP adresi alıp, oradan istediğiniz yayını yapabiliyorsunuz! Yani ille de IP adresiniz burada olmak zorunda değil. Doğruluğu teyit edilmeden yayılıyor.

İnternette alıntı yapılarak hazırlanan birçok yüksek lisans ve doktora tezi var. Neticede hocalarımızın bunu kabul etmediklerini duyuyorum ve çok seviniyorum. İnternetteki kaynakların sahil olmaması nedeniyle, kullanılmasını kabul etmiyorlar. Biraz tutucu gibi gelebilirim size; fakat internette görülen kaynağın aslının bulunup, oradan alıntı yapılması gerektiğini düşünüyorum. Yoğun reklam içeriği, gizli reklam, açık reklam; hiçbir şey kontrol edilemiyor. O nedenle de, bu tarz asimetrik savaşlara karşı başka türlü mücadele teknikleri geliştirmek durumunda kalıyorsunuz. Bizim Özel Kuvvetler, Özel Harekat gibi ekiplerimiz vardır ya, eskiden Osmanlı'da da deliler vardı. Ama çok yaygın değillerdi...

“3. Dünya Savaşı aslında başladı.” diyorlar. Ve mevcut konjonktür, internet ortamında kendinize ısı kalkını oluşturma da zarûrî kılıyor. O kaos içinde çeşitli kaotik araçlar kullanıyor ve bunlardan birine de ‘trol’ deniyor. En son 7 Ocak 2017'da bir KHK (Kanun Hükmünde Kararname) çıkmış, bunu bir okuyayım size... “Polis, sanal ortamda işlenen suçlarda; yetkili Cumhuriyet Savcılığı, suçlunun tespiti amacıyla internet abonelerine ait kimlik bilgilerine ulaşmaya, sanal araştırma yapmaya yetkilidir. Erişim

sağlayıcıları, yer sağlayıcıları ve içerik sağlayıcıları; talep edilen bu bilgileri, kolluğun bu suçlarla mücadele için oluşturduğu birimine bildirir.”

Bu tür bir uygulama ve bu tür bir kararname, hiçbir şeyi engelleyemez. Mümkün değil! Başka bir çözüm bulmak lazım. Yasal düzenlemenin konuya çok başka türlü bakması lazım! Çünkü bunu düzenleyenler de yine internet ortamında çalışmış olan ve sosyal medyaya gönül veren arkadaşlar oluyor. Genelde böyle! Burada hakikaten millî iradeyi ve kamu vicdanını düşünen bir anlayışın konuyu ele alması ve yasal düzenlemeyi de ona göre yapması gerekir.

Amerika'dan kısa bir örnek vereyim. İnternet ortamında bile olsa, hele analog medyada; milyonlarca Dolar para gündeme geliyor, bu tarz rakamlar söz konusu oluyor. Sosyal medyanın kaotik ortamını bir şey zannedip, çakılanlar var. Önce onlardan bir söz edeyim. Cumhurbaşkanlığı Seçimi'ni hatırlayın! Ekmeleddin Bey'in aday olduğu o gece, CNN Türk yayın yapıyordu. Hanımefendinin de ismini vereyim, çünkü yayınlandı. Bantlarda da var. Uzun zamandır televizyonda görmüyorum kendisini ama; Sayın Aslı Aydıntaşbaş o akşam televizyonda, şu cümleyi kurdu! “Nasıl oluyor! Ben Ekmeleddin Bey kazanacak zannediyordum! Twitter'dan baktık, % 65 Ekmeleddin Bey çıkıyordu!” Sayın Aktaş'ın alanına girmek istemiyorum ama, buradaki segmentle seçmen segmenti aynı değil. İnternet ortamındaki davranış biçimi aynı değil yani! İnternet ortamında % 65 Ekmeleddin Bey çıkıyor olabilir, ama gerçek farklı.

Başka bir örnek... Sırma markası, internet ortamının kaosundan yararlanıp demiş ki; “Halep'te yanan yürekleri görmezden gelemezdik, düştük yollara! Sizler de görmezden gelmeyin!” Üç tane tır görüyoruz bu sözün yanında ve bunlar yolda. Sonra birisi yakalıyor bu yayını yapanları; “Sizi yollarda göremedik, photo-shop güzel olmuş!” diyor. Yani Sırma almış bir tane fotoğrafı ve kamyonların üzerindeki logoyu kaldırarak kendi logosunu koymuş! Bunu yapmaya nasıl cesaret edebilir ki insanlar?

Açıkcısı Sırma bu yüzden ticârî olarak çok büyük bir hasar almamıştır ama, buradaki ilginç soru şu! Sırma buna nasıl cesaret ediyor? Şundan dolayı cesaret ediyor, çünkü ortam kaotik! “Ne dersem gider, ne korsam yer!” mantığı ile sığ düşünülüyor. Buradaki metinde ne diyor; “Sırma Grubu olarak Halep'te yaşananlara duyarsız kalmadık. Dün Kızılay aracılığıyla yardımlarımızı Halep'e gönderdik.”

Bu paragraf çok önemli. Zira kurumun kendi ayağına kurşun sıkıldığını gösteren bir paragraf! Biz iletişim derslerinde okuturuz bunu. *“Halkımızın bu konuda olan duyarlılığını aktif desteğe dönüştürmek adına sosyal medya hesaplarımız üzerinden paylaşımda bulunduk. Bu paylaşımı yaparken de güvenlik kaygıları nedeniyle desteğimizi göstermek adına temsili bir görsel kullandık.”* diyebilirsiniz mesela! Ama bu temsili falan değil, basbayağı başka bir şirket!

Bakın şimdi en kötüsü geliyor! Sonrasında deniliyor ki, *“Üzülerek belirtiyoruz ki, paylaşılan görsel kamuoyunda tamamen yanlış algılanmış olup...”* Bunlar aslında muazzam bir iş yapmışlar, halk yanlış anlamış, cahil halk falan! Bu ilan kadar yanlış bir şey olamaz.

Özür dileyerek bir örnek daha vereceğim. Sacit Aslan Sabah Gazetesi'ne bir röportaj veriyor ve diyor ki; *“Babam Fahrettin Arslan, Emel Sayın'ı bir paşaya götürmüştü.”* Ve ertesi gün Sabah Gazetesi, manşetten şu haberle çıkıyor; *“Ben bu paşa değilim!”* Sonuç olarak, internet ortamı da kendi krizini yaratma konusunda çok ciddi bir zemindir.

Şimdi bir başka örnek... *“Hiç sevmem bu bayramı! Kanlı bayram, ilkel bir bayram. İnsanlığın karanlık dönemini kutsayan örümcek kafanın bayramı! Benden uzak dursun!”* diyor Genco Erkal. Kurban Bayramı'nı kastederek yani! İletişim eğitiminin birinci dersi şudur ki; hedef kitlenin değerleri ile didişmeyeceksin. Bu, en yapılmaması gereken şeydir. Hedef kitlenin değerlerine dokunduğun anda hata yaparsın! Kültürüne dokunabilirsin, ama değerlerine dokunmayacaksın.

Bakın bu da çok önemli! Kumarhane açılışını sosyal medyadan duyurmuşlar, polis de basmış. Niye duyuruyor kumarhaneyi? Bir şey olmaz diye! İşte kaosun ve sınırsız sorumsuzluğun en güzel örneklerinden bir tanesi daha...

Çok güzel dinlediniz, hepinizi kutluyorum bu aktif dinleme için. Aktif dinleme çok önemlidir! Çok teşekkür ediyorum...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: Ben de teşekkür ediyorum. Güzel bir sohbet, tatlı bir akış içerisinde çok önemli şeyler söylediniz. Öğle molamıza kadar olan bir saatlik

süremin içerisinde söz almak isteyenleri, doğrudan Ali Saydam Bey'in konuşmasıyla ilişkili olanlara öncelik vermek sûretiyle not edeceğim...

İlk söz, GENAR Başkanı Sn. Dr. İhsan Aktaş'ın. Buyurun İhsan Bey...

Dr. İhsan AKTAŞ (GENAR Başkanı):

Öncelikle şunu belirtmek isterim ki; hem Necdet Subaşı Hocamın çalışması, hem de Ali Saydam Bey'in sunumları oldukça faydalı oldu. Bazen bir konu incelenirken o kadar detaya girilmez. Özellikle Necdet Hocam çok başlıklandırmış ve konuya kafa yormuş. Aslında olup biten her şey, ortaya dökmüş oldu. Ali Saydam Bey'i dinlerken, *“Mevlana gibi düşün!”* diyen ‘Yunus İlkesi’ni düşündüm. Bir iletişimci olarak bunu bu kadar güzel bir şekilde dillendirmesi, dinlemeyi de kolaylaştırıyor.



GENAR Başkanı
Sn. Dr. İhsan AKTAŞ'ın Konuşması

Ben biraz, doğrudan yaptığımız araştırmalarla ilgili bazı bilgiler vereyim. Biz epey zamandır, *“Sosyal medya kullanıyor musunuz?”* tarzında sorular soruyorduk. Sosyal

medya segmenti; Türk toplumunda 35'lerden, 40'lardan başladı. Zaten Türkiye'de en hızlı gelişen trend, sosyal medya kullanımına alışmak.

Sosyal medya kullanma oranı; bazı araştırmalarda % 70'li rakamlara, bazılarında % 80'lere, İstanbul gibi yerlerde de yüzde % 90'lara ulaştı. Facebook burada önde gidiyor. Babaanneler bile Facebook kullanıyor! Kullanım bandı % 60-70'lerde. Twitter da % 40 oranına geldi. Twitter 10 yıl önce hayata girdiği zaman; sadece sanatçılar, yazarlar, entelektüeller kullanıyordu. Hatta Sayın Cumhurbaşkanımızın, *"Twitter'da köy kokusu yoktur."* diye bir ifadesi bile vardı. Fakat 17-25 Aralık Operasyonu olduğu zaman, bir anda 3 milyon Ak Partili'nin Twitter'a kaydolduğu görüldü. Yani hiç beğenilmeyen Twitter ortamı, bir anda köy kokusunun olduğu bir alana dönüştü!

İlk büyük savaş dedikleri karşılıklı sanal savaş, 17-25 Aralık'tan sonra yapıldı. Fethullah Gülen'in yetiştirdiği yüz binlerle Ak Parti'nin gençleri, bu mecrâda büyük bir savaş verdi. İlk kez, dindar kesim olmasına rağmen öncelikli olarak bir terbiye ile yetişmiş, bugün terör örgütü dediğimiz insanların; ne kadar galiz küfürler edebildiklerini gördük. Demek ki sosyal medya ortamında kendisini cemaat olarak tanımlayan grupların bile küfür konusunda dibe vurdukları bir gerçek! Daha sonra bu dile, Ak Partili gençler de alıştılar. Ve böylece, geri dönülmez grupların oluşturduğu bir döneme girdik.

Sosyal medyadaki bu radikal temsilciler, artık sadece kendi temsil ettikleri fikirleri kabullenmek, benimsemek yerine; fikir belirleyici konuma geldiler. Bir toplumun delileri, aykırıları sınırlıdır. Fakat sosyal medya ortamında en ağırbaşlı fikirler bile artık o radikal kullanıcılar tarafından denetime tâbi tutuluyor. İnsanlar kabul ya da ret ediliyorlar. Ve maalesef ki, ana gruplar da buna zaman içerisinde sessiz kalmak durumunda kalıyorlar. Organizasyon sahipleri onlar değil, internet ortamındaki radikal kullanıcılarıdır.

Geçen hafta bir ilçede biten bir araştırmamız vardı. Teknoloji kullanım araştırmasıydı. Orada, *"Sosyal medyayı ne amaçla ve ne oranda kullanıyorsunuz?"* diye sorduk. İlçenin eğitim düzeyi yüksek. İstanbul ortalamasından daha gelişmiş bir ilçe. Nitelikli üniversite mezunları % 40 oranında. Video izlemek için % 84, günlük haber takibi için % 83, sağlıkla ilgili bilgi almak için % 80, müzik dinlemek % 74, kendi bilgilerimi yaymak için % 43, e-posta göndermek % 38, chatleşmek için de % 20 dendi.

Baktığınız zaman bir ilçenin mensuplarının tamamına yakını, günlük hayatında bir ya da iki defa; haftada bir ya da ayda bir, mutlaka sosyal medyanın başına oturuyor. İlçenin tamamına yakını sosyal medyayla meşgul oluyor. 300 bin kişilik bir ilçe ama, eğitim düzeyi yüksek bir ilçe. Demek ki artık, neredeyse sosyal medyaya dokunmayan vatandaş kalmadı gibi! Okur-yazar olmayan (ki % 7 oranında okuryazar olmayanlar var) ve çok yaşlılar dışındaki herkes, bir şekilde sosyal medyayla meşgul oluyor.

Bazı başka araştırmalarda da, *"Sosyal medyaya ne için giriyorsunuz?"* diye sorduk! Bazıları *"Eğlenmek için!"* diyor, bazıları ise bir şeyleri araştırmak için girdiğini söylüyor. En sona geldiğimizde de, % 4,5 oranında *"Bilimsel bilgi almak için!"* yanıtını görüyoruz.

Bu kadar yoğun, bu kadar dünya ortalamasına yakın bir derecede; sıra bilimsel bilgiyi almaya geldiği zaman, oran % 4,5 oluyor! Fakat enteresandır, sosyal medyadaki sağlıkla ilgili bilgi talebi de günden güne artıyor. İnsanların başı ağrıdığı zaman, başına bir şey geldiği zaman sosyal medya ortamını kullanıyorlar. Aslında sosyal medya ortamı sağlık için sağlıklı bir yer değil. Çünkü ortamda o kadar çok sağlıksız bilgi dolaşıyor ki; doğurduğu negatif sonuçlar bir hayli fazla.

Diyanet İşleri Başkanlığı ile bir toplantıda, *'sağlıklı dinî bilgi'* diye bir ifade kullanılmasını görüşmüştük. Necdet Subaşı Hocam bilir o konuyu! *"Bir site kuralım, önce Türkçe'de zenginleştirelim, sonra da dünyanın 40-50 diline tercüme edelim."* diye düşünmüştük. Çünkü sağlıklı yazmak zorundayız. Zira her olayın, her düşüncenin, sağlıksızca boca edilmiş türleri ile sürekli karşı karşıya kalıyoruz.

Sosyal medyada güven olayı, son derece düşük. Anketlerimizde, *"Okuduğunuz içeriklere güveniyor musunuz?"* sorusunu da sorduk. Normal medyaya güven, % 34'lerde. Sosyal medyaya güven ise, normal medyanın yarısı kadar. Fakat biz, tersinden bir soru da soruyoruz ve *"Peki kendi yaydığımız bilgilere güveniyor musunuz?"* diyoruz. Orada yüksek oranda bir güven var. Başkalarından aldıklarına güvenmiyorlar, fakat kendi yaydıklarına olan güven çok yüksek. Normal medyada ise % 15-18 civarında. Farklı araştırmalarda farklı sorularla test edilen güven olayı, sosyal medyada çok düşük.

Ayrıca burada, asıl gençler üzerinden bir gözlemimiz oldu. Gençler sosyal medyayı, bir 'kimlik oluşturma alanı' olarak kullanıyorlar. İnsanoğlu iki şey için yaratılmış herhalde. Bir, sohbet için! Ve bu sohbetle alakalı nerede önu kesilmişse, kendisine başka bir mecrâ bulmuş. İlk şehirleşme ortaya çıktığı zaman, belki telefon bir

araçtı. Sonradan kentleşme yoğunlaştığında ise, chatleşme bir araçtı. Kısacası insanoğlu, her zaman önüne konan bariyeri aşarak sohbet ortamını yaratmıştır.

İnsanın ikinci temel yönelimi de, 'kimlik oluşturma'dır. Yani toplum önüne bir kimlikle çıkma da bir gayedir. Özellikle ortaokul ve lise çağındaki baskıyla yetişmiş, daha ezik olan çocuklar, kendisine sosyal medya üzerinden bir kimlik oluşturma çabası içerisine giriyor. Orada da diyor ki, *"Benim 500 takipçim var! Benim şu fikrim şu kadar beğenildi! Fotoğrafım bu kadar tık aldı!"* vs.

Buna aslında olumlu bir şey olarak da bakabiliriz. Çünkü toplumda her ferdin kendisini sağlıklı bir şekilde arz-ı endâm etme ihtiyacı olmuyor. Özellikle de bizim eğitim sistemimizde! Burada bir üniversitenin içerisindeyiz tabi; ama çoğu çerçeveler insanların yeteneklerini geliştiren bir ortam değil, giderek gerileten ortamlar oluyor. Dolayısıyla bu 'kimlik oluşturma' meselesine sağlıklı bakabiliriz. Önemli olan; hangi bilgilerle, hangi değerlerle oluşturulduğudur.

Ben etik konusuna çok fazla girmeyeceğim; çünkü burada, o alanda uzman hocalarımız var ve çok daha derinden değerlendirmeleri yapabilirler. Dinî düşünce ekolleri veya toplumun muhafazakâr kesimleri, hadiselerle belirli bir çerçeve ile yaklaştıklarından; eskiden bu tarz yeni konuları dışlardı. Fakat internet konusunda bu böyle olmadı. Dindarlar ve dinî otoriteler, internete önceden sert bir şekilde karşı çıkmadı. Ve mahsurlarını şu anda tartışıyorlar. Eğer başlangıçta dışlamış olsalardı olaya uzak kalacaklardı ve uzak kaldıkları bir meseleyi çözmeleri de zaman alacaktı. Sonuç olarak, dindarların sürece doğrudan girmelerinin sağlıklı olduğunu düşünüyorum. Teşekkürler...

Prof. Dr. Aliye MAVİLİ AKTAŞ:

(Sosyal Psikoloji Uzmanı - Biruni Üniversitesi Öğr. Üyesi)

Ben biraz sosyal psikoloji ve grup terapisi eğitimimle birkaç açılım yapmaya gayret edeyim. Sosyal medyayı çok kullanmayan, belki de asosyal bir hoca olarak!

Belki ilkel denilebilir ama, çok net gördüğüm bir husus var! Ergenlik döneminde bir evlat yetiştirmiş, bir de torun sahibi anne olarak açıkça ifade edebilirim ki;

torunumun eline oyalanması için verdiğimiz alette ciddi bir sıkıntı var. Benim için sosyal medyadaki bilgi, aslında gerçeğe aykırı bir boyutu içeriyor. Genel ve kesin bilgi olarak söylemeyeceğim ama gerçeğe aykırı bilgi boyutu içeriyor.



Sn. Prof. Dr. Aliye MAVİLİ AKTAŞ'ın Konuşması

Her şeyden önce, kimliklerin bir bölümü sahte. Kadın olan profil fotoğrafı kadın değil, erkek olan profil fotoğrafı erkek değil mesela! Torununun, çocuğunun ya da bir başkasının fotoğrafını da koyan çok. Eşinin altında karısı yazıyor, vs. vs.

İhsan Aktaş Bey, 'ergenlerin kimlik oluşumu' meselesini dile getirdi. Bu nokta çok önemli! *"Bu kadar kaosun, bu kadar kirlilik boyutunun içinde nasıl bir kimlik oluşumu?"* sorusu fevkalade ehemmiyetli.

Ben, emekliliğini tazecik almış bir profesörüm. Üniversitede otuz bir yıl, sadece grup terapisine dair bir beceri kazandırabilmek için uygulama yaptım. Ve bütün rektör hocalarıma, *'Power Point sunumu yapmayacağım.'* dedim. Gerekçem de şu idi! Davranış boyutunda göz göze, yüz yüze, temas olmadan duygu düzenlemesi yaşamayan bir kendilik, ötekiyle iletişimde ve kendisi olmada hep eksik bir bendir. Cümlem uzun kurduğum için özür dilerim. Ama çok net söylüyorum; yüz yüze iletişim olmadan duygu düzenlemesi, kendini ifade etme ve davranış dengelemesi gerçekleşemez. Çok net! Bunu, aldığım psikiyatri eğitimleriyle de söylüyorum.

Sanal âlemde bana çok iyi paralarla ve iki de asistan vererek aile danışmanlığı eğitimi teklif eden firmalara da, üniversite rektörü hocalarıma da aynı cevabı verdim hep! *"İsterseniz trilyon verin, böyle bir eğitimi iletişimci olarak kabul etmiyorum."* dedim.

Ben iletişim uzmanı değilim ama, yirmi yıl grup terapisiyle üniversitelerde iletişim hocalığı yaptım. Şöyle bir şey gördüm ki; sosyal medyada belirli bombardımanlarla özel hayatın mahremiyeti sürekli olarak ihlâl ediliyor ve ahlâkî değerlerin de dürtüsellik düzeyindeki dışa vurumu, insan olma yolcuğumuzda ciddi eksiklikler yaratıyor.

Sanal âlemin bana kazandırdığı güzel yan ise, bu ortamın aynı anda hem güzelliği hem de çirkinliği de içeriyor olmasını kabul edişimdir. Güzel dediğiniz bir şeyin çirkin boyutunu görüyorsunuz, çirkin dediğiniz bir şeyin de güzel boyutunu!

Kaosa karşı tolerans eşiği yüksek bireyler; burada dürtüsellik içerisinde olan, haz odaklı, istediğini yapan, istediğini konuşan, istediği gibi bir imaj çizen ve kamuoyu oluşturan kitleler hâline dönüşüyor. Ben kitlelerle ilgili şöyle bir sıkıntı yaşıyorum! Evet, ülkemizde kitle oluşturmak irrasyonel olarak gayr-i ahlâkî ve ahlâkî zâfiyet içerisinde mecrâlar oluşturmaya da neden oluyor. Bugün bizim toplum psikolojimizde bir şey vardır; *“Çamur at izi kalsın!”* denir ve sonra da *“Boş ver adamım, çok meşhur oldum! Üç aydır gündemdesin! Seni gündemden nasıl indireceğiz! Hem kadın, hem akademisyen, hem militarist!”* gibi yorumlar yapılır.

Şimdi bakıyorsunuz; bu, tepeden ayaklar altına düşmek gibi bir şey! Bir insan tepeden ayaklar altına düşer mi? Bazen öyle davranışlar yapılabilir ki, düşer! İşte bu mecrânın bazı davranışları var ki, öyle.

Bu sabah ders notu hazırlarken, gazete haberlerine bir bakayım dedim. İnanın hiçbir sanatçının mahremi kalmamış! *“O onunla mı sevgili, bu bununla mı sevgili!”* denilen tuhaf bir ortam doğmuş!

Bu insanların duygu durumu nasıldır, anlamıyorum açıkçası! Magazin gazeteciliği diye bir şey var ve birileri, sürekli gündemde kalmak için kendi haklarında haber yaptırıyor. Ya da haberdan kaçmak için gerçek dışı bir şeyler üretiyor! Ve küfretmek, belden aşağı konuşmak da serbest. Cevap yazılamayacak küfürler okuyor ve sonra da *“Acaba çok saf ve aptal mı gözüküyorum?”* diye soruyorsunuz kendinize!

Kendi ile ilgili değerlendirme yaparken o mecrânın dilini konuşmamak, bir kişiyi değersiz mi yapar? Benim ego gücüm yüksektir. Kendime saygım iyidir. Kendimi değersiz hissetmemekle ilgili bir akışım vardır, ama sanatçı dünyasına baktığımda

şaşıyorum doğrusu! Ve meşhur olmak isteyen birçok dizi sanatçısının öyküleriyle uğraşıyorum. Grup terapisinde, inanın ki bazı kişiler öz kıyım noktasına geliyor.

Şöyle bir sıkıntı var ayrıca! Kamuoyu oluşturmak için kendi içimizde yarattığımız bu medya âlemi, bizleri ciddi ciddi anomik bir topluma dönüştürdü. Dejenerasyon had safhada! Ve doğru bilgiye ulaşabilmek de inanılmaz zor.

Bir de eğer bu mecrâları beslemezsek yalnızlaşacağımıza ve birbirimizden kopacağımıza ilişkin bir kaygı var! Bu şartlanmayı da farklı yönleri ile konuşmalıyız aslında. Çok uzattıysam özür diliyor ve saygılarımı sunuyorum...

Yrd. Doç. Dr. Nihal Kocabay ŞENER:

(İstanbul Ticaret Ünv. İletişim Fak. Öğr. Üyesi)

Sayın Ali Saydam, önemli bir ayrımda bulundu. Öncelikle oradan başlamak istiyorum. Belki bu noktadan biraz yol kat edebilirim. *“Etik kodlar dediğimiz şeyler, kişiler için geçerli olan mefhumlar değildir. Bir kuruma mensup olan kişiler için geçerli olan şeylerdir.”* dedi. Oturum başlığını duyduğum zaman, aslında benim aklımdaki en temel şeylerden bir tanesi de buydu! *‘Sosyal Medya ve Etik’* dediğimiz zaman, acaba kullanıcıları etiğini sorgulayabilir miyiz? Ya da kullanıcılar için etik kodlar geliştirebilir miyiz? Bu çok mümkün durmuyor. Ya da Sayın Ali Saydam’ın söylediği gibi, *‘etik’* yerine *‘ahlâk’* diyebiliriz. Etik dediğimizde, biraz daha kurumsal bir taraf ağır basmaya başlıyor.

O zaman şöyle düşünmek gerekebilir belki... Sosyal medya ya da internet dediğimiz zaman, sadece tekil kullanıcılardan bahsetmiyoruz. Evet, çevremizde olan bir kullanıcı boyutu var bunun. Yani bizler, sizler, öğrencilerimiz vs. gibi! Ama diğer taraftan kurumlar da sosyal medyayı kullanıyor. Kurumların kullandığı sosyal medyaya ilişkin olarak da birtakım konuları tartışmak gerektiğini düşünüyorum. Bu konular da kullanıcıların mahremiyetine saygı gösterilmemesi, en fazla tartışılan konulardan bir tanesi olan verilerin izlenmesi, gözetleme dediğimiz durum gibi hususlar. Size ait verilerin size bir ödeme yapılmaksızın kullanılması vs.

Bunlarla ilgili birtakım düzenlemeler yapılıyor ve birtakım yasalar çıkartılıyor; fakat bu ne kadar gerçekliğe ulaşabiliyor ya da ne kadar belirlediğimiz noktaya kadar

geliyor, tartışma konusu! Şirketlerin kullanıcıları ne kadar kullanıp kullanmadığı konusunu, tartışmamız gerektiğini düşünüyorum.



Sn. Yrd. Doç. Dr. Nihal KOCABAY ŞENER

Bunların dışında yine Sn. Ali Saydam'ın belirtmiş olduğu bir konu vardı, çocuk resimlerinin kullanılması. Özellikle Instagram'da artış göstermiş olan, popüler birtakım anneler var. Blogları var ya da popüler olmamış olsa bile, annelerin çocuklarına ait fotoğrafların büyük bir rahatlıkla sosyal medya ortamlarında paylaşması söz konusu! Nazife Şişman'ın, *'Dijital Dünyada Müslüman Kalmak'* isimli bir çalışması vardı. Orada bahsettiği bir şey var! Özellikle muhafazakâr annelerin kendi fotoğraflarının kullanılmasını ya da paylaşılmasını mahrem bulduğunu ve bu yüzden de kendi profillerine çocuklarının fotoğraflarını koyduklarını söylüyor. Ve ardından da, *"Peki o çocuğun mahremiyeti ne olacak?"* diye bir soru soruyor. Çünkü çocuğun herhangi bir şekilde bunun üzerine bir söz söyleme hakkı bulunmuyor. Dolayısıyla acaba o çocuğun mahremine ne kadar saygı gösteriyoruz? Bunu da notlarımızın arasında bulundurmamak gerekiyor diye düşünüyorum.

Gazetecilik tarafına geçerek; yine Sn. Ali Saydam şunu söyledi! *"Herkesin gazeteci olabildiği bir ortam var ve yeni medya dediğimiz bu mecrâ, geleneksel gazeteciliğe gölge düşürüyor."* Doğru, evet. Fakat şu da var ki, geleneksel gazetecilik yeni medyaya yetişmeye çalışırken aslında birebir olarak kendisi de hataya düşüyor. Ne gibi? Dünyada çok önemsedığımız büyük haber ajanslarından bir tanesi olan Associated Press, Beyaz

Saray'da bir patlama olduğunu ve Obama'nın yaralandığı gibi bir haberi Twitter'dan geçebiliyor. Hâlbuki bu haberin hiçbir doğruluğu yok. Gelmiş olan bir ihbar üzerine sanki haber doğruymuşçasına geçiliyor.

Dolayısıyla geldiğimiz noktada bilgi akışının çok yoğun olmasıyla birlikte, sürekli haberleri teyit etme gereği duyuyoruz. Bu nedenle şu an internet ortamında açılmış birçok doğrulama sitesi mevcut. Yani son bir yıl içerisinde Avrupa'da elli tane daha teyit sitesinin gündeme geldiğini biliyoruz. Türkiye'de de birtakım örnekleri var bunların. Çünkü sosyal medyada gördüğümüz şeyin ne kadar doğru veya ne kadar yanlış olduğu ile ilgili bir bilgimiz yok. Sürekli olarak teyide ihtiyaç olan birtakım bilgilerle karşı karşıya kalıyoruz ve bunun üzerine üretilmiş birtakım kavramlardan bahsediyoruz.

Dolayısıyla sosyal medyanın bir canavar olduğuna çok inanmamakla birlikte, birtakım olumsuzlukları olduğunu da kabul etmeliyiz. Ama bu olumsuzluklarla nasıl baş edebiliriz, onu tamamen dışlamadan ve bir öcü ilan etmeden nasıl beraber yaşayabiliriz; bunu tartışmak gerekiyor sanırım! Teşekkür ederim...

Erol ERDOĞAN: (Sosyolog)

Teşekkür ediyorum. Şu ana kadar olan konuşmalardan, dijital mecrâları yoğun kullanan birisi olarak faydalandığımı söylemek istiyorum.



Sosyolog Sn. Erol ERDOĞAN'ın Konuşması

Ali Saydam Hocamızın Sırma markasıyla ilgili verdiği örneği dinlerken, aklıma başka bir örnek geldi. Ama sosyal medyadan değil bu örnek! Aslında dijital medya

mecrâlarına has olmayan birtakım sorunları, birtakım problemleri; sanki sadece oraya ait bir sorunmuş gibi algılıyoruz. Eğer normal hayatta yaşadığımız bazı sorunları hayatın içindeki bir sorun gibi görmeyip, sadece dijital mecrâlara aitmiş gibi görürsek; burada hem dijital mecrâlara bir haksızlık yapmış oluruz, hem de çözümü bulmakta zorlanabiliriz.

Sırma örneğinde gözüken olay, yani uydurma fotoğraf, yalan bilgi, ‘mış gibi’ yapma durumu; zaten bizim hayatımızda çok yoğun olan bir şeydir. Dolayısıyla sosyal medyada onun belki biraz daha abartılmış şeklini görüyoruz. Somut örnek, Konya merkezli holdinglerdir. Türkiye’deki muhafazakâr sermaye için bir utanç, bir ayıp olarak tarihe geçmiş o holdinglerin çıkış süreçlerinde para toplamak için hem Türkiye hem Avrupa ülkelerine gittikleri zaman dağıttıkları dokümanlardaki fabrika binaları, atölyeleri hatta holding binalarının yüzde 90’ı, aynen Sırma örneğindeki gibidir. Dünyanın ya da Türkiye’nin herhangi bir yerindeki fabrikanın fotoğrafı çekilerek, üzerindeki tabelanın montajla değiştirilmiş şekli kullanılmıştır. Konya-Karaman bölgesinde sayısı elliye bulan holdinglerin tanıtım dokümanlarının yüzde 90’ı böyleydi. Fotoğraflara yansıyan; hiçbirisinin kendisine ait binaları, fabrikaları, mağazaları değildi. Çekilmiş fotoğraflar üzerinden gidiliyordu ya da katalog fotoğraflar üzerindeki markalar değiştiriliyordu. Sorunun sadece dijital mecrâlara ait olmadığını söylemek için bu örneği paylaşmak istedim.

Türkiye ve dünya örneklerini ekranda izlerken, Türkiye’deki sorunun daha büyük olduğunu görmüş oluyoruz. Hem kullanıcı sayısı daha fazla, hem de buna paralel olarak sorunun daha fazla olduğunu görüyoruz. “*Dünyanın dijital mecrâlarında ahlâkî ve etik problemler neden var?*” sorusunun cevabını ararken, “*Neden bu Türkiye’de daha fazla?*” sorusunu da irdelemeliyiz.

Bunun birçok gerekçesi var elbet! Baskılar vs. gibi noktalar konuşuldu. Ama ben, bunun biraz da Türkiye’ye internetin ilk girişindeki sorunun devamı olduğunu düşünüyorum. Çünkü 1990’larda Türkiye’ye internet girerken, henüz ‘sosyal medya’ diye tanımladığımız dijital mecrâlar yokken bile; Türkiye’de internet, daha ilk başta ahlâklandırılması gereken bir araç olarak tanımlandı. 1996 veya 1997 olacak, ben bir grup arkadaşımın birlikte Türkiye’nin ilk web tabanlı edebiyat dergisi www.bengisu.net’i çıkarırken; çevremdeki birçok dindar büyüğüm, o mecrâda çok yanlış ve ahlâksız işlerle

meşgul olduğumu düşünüyordu. Her defasında, “*Yavrum girme buralara! Ne işin var senin internette!*” gibi yaklaşımlarla karşılaşıyordum.

Hemen hemen Türkiye’nin hepsi için, ama özellikle sağcı, dindar, muhafazakâr cenah için internet; Türkiye’ye girdiği andan itibaren ahlâklandırılması gereken bir mecrâ idi ve bu bakış açısı asla değişmedi.

Aslında bugünkü toplantının psikolojisi de biraz böyle. Yani biz Türkiye’de sosyal medya sorunlarından şikayetçi olanlar olarak “*Sosyal medyanın doğru kullanımı nasıl olur?*” sorusuna cevap aramaktan önce, “*Sosyal medyayı nasıl etik ve ahlâklı bir hâle getiririz?*” sorusunun peşine düştüğümüz için doğru cevaplar bulmakta zorlanıyoruz ve zorlanmaya da devam edeceğiz.

Mesela bu toplantıda, sosyal medyanın esas kullanıcıları olan gençler olsa daha iyi olurdu. Şu an buranın yaş ortalaması oldukça fazla! İçimizde çok genç arkadaşlarımız olmakla birlikte, aslında oran yetersiz.

90’larda Türkiye’ye internet girerken, orayı çok yoğun olarak gençler kullandığı için ve biz sosyal medyayı ve gençleri hep ahlâklandırılması gereken bir kitle olarak gördüğümüzden; “*Sosyal medyayı nasıl doğru kullanırız?*” sorusuna cevap aramaktan daha çok, “*Burayı nasıl düzenleriz ve etik hâle getiririz?*” sorusunun peşine düştük. Onun için de bu tür toplantılarda doğru cevabı az bulabileceğimizi düşünüyorum doğrusu! Doğruyu elbette bulacağız, ama az bulabileceğimizi düşünüyorum.

Nasıl anket yaparken örnekleme bulmaya çalışıyoruz, doğru cevaplara ulaşmak ve sosyal medya ile tüm dijital mecrâları doğru kullanmak için de burayı kullananlarla oturup konuşmamız gerekiyor.

Bence burada rahat olmamız gerekir. Dijital mecrâları çok doğru kullanan, 18-20 yaşında çok genç insan profilleri var. Birçok büyüğümüzden, birçok yaşlı insandan daha düzgün, daha ahlâklı, daha hayatın gerçeğine uygun şekilde buraları kullanmayı sürdürüyorlar. Elbette konuşacak çok husus var, ama başlangıç için iki konuşmaya katkı anlamında bunları söylemekle yetinmek istiyorum. Teşekkürler...

Said ERCAN:**(Uluslararası Sosyal Medya Derneği Başkanı)**

Erol Hocamız çok güzel bir konuya değindi ve “Gençler de burada olmalıydı!” dedi. Hakikaten çok önemli bir çalıştay. İnşallah devamı gelir...



Uluslararası Sosyal Medya Derneği – USMED Başkanı
Sn. Said ERCAN

Birincisi, çok yakınlarda bir intihar vakası oldu. Bilmiyorum haberiniz oldu mu? Yalova'nın Safran köyünde yaşandı bu olay. Ben daha üç gün önce oradaydım. Orada 19 yaşında bir kardeşimiz intihar etti. İntihar notunda bir vedası vardı ve “Hakkınızı helal edin!” diyordu. Eğer o videoyu izleyen varsa, videonun sekizinci dakikasında dua etmeye başlıyor ve daha sonra silahı karnına dayayarak maalesef kendini öldürüyor.

Bu olayın hemen arkasından, çocuğun Facebook hesabını buldum ve altına da şöyle bir yorum yaptım; “Bu tür vakalar sosyal medyada çok fazla artıyor. Keşke biraz bekleseydi, geçerdi!” Bu tarz şeyler yazdım yani! Ve seksen tane beğeni aldı yorumum.

Bir gün sonra tekrar bir yorum daha yaptım, çünkü altına bir sürü genç yorum yapmaya başlamadı! “Genç kardeşlerim, eğer aranızda intihara meyilli başka arkadaşlar varsa; lütfen benimle irtibata geçin. Ben bir abiniz olarak size gerekli desteği vermeye çalışacağım.” yazdım ve inanır mısınız, o gün boyunca yirmi kişi yazdı! Türkiye'nin farklı

yerlerinden gençler bunlar ve yazdığım şey 125 tane beğeni aldı. Bir gün sonra ise sayfayı kapattılar.

Evet, o paylaşım 125 beğeni aldı ve bana öyle mesajlar geldi ki şaşıtm kaldım! Hâlâ konuşuyoruz onlarla ve bu, bir haftalık mevzu. Hatta bir tanesiyle ilgili bir psikolog arkadaşımın yardım aldım. “Sen mücadele edemezsin, bu önemli bir konu ve psikolojik bir destek alması lazım.” dedi. Çocuğa “Nerede oturuyorsunuz?” diye sordum, “Urfâda oturuyorum.” dedi. Urfâda bir psikoloğa yönlendirdim, “Parasını ben vereceğim. Tamam ağabey, gidiyorum.” dedi. İnşallah bugün yarın gidecek ve tedavi olmaya başlayacak.

Çok ilginç konular var doğrusu! Mesela bir tanesi, kilo yüzünden intihar etmek istiyor. Çocukla anlaşma yaptık! “Beş kilo verersen, sana hediye göndereceğim!” dedim, çok mutlu oldu. “Peki neden gidemiyorsun, niye spor yapamıyorsun, yürümüyorsun?” diye sordum; “Çünkü ailem beni etütlere gönderiyor, zoraki dershanelere gönderiyor. Hiç vaktim yok! Ama bunlar aramızda kalsın!” dedi. Zaten bütün gençler, bunları gizlilik içerisinde konuşmak istiyor. Velhasıl benim bütün tüylerim diken diken oldu.

Ne enteresandır ki; Türkiye’de bununla ilgili bir mekanizma yok. İki sene önce de Mehmet Pişkin intihar etmişti. O da sosyal medya açısından çok önemli bir vakaydı! Üniversite dönemimizde arkadaşlarla bir araya gelip; “Biz acaba arkadaşlarımızı, kardeşlerimizi ahirette nasıl kurtarıyoruz?” falan diye konuşurduk. Ancak şu an bırakın ahireti, “Bu dünyayı nasıl kurtarıyoruz, sağlıklı düşünmeyi ve sağlıklı yaşamayı nasıl sağlarız?” noktasındayız artık! Keşke bütün konuştuklarımızı sizinle paylaşabilsem. 17 yaşındaki çocuğun hayatla bağı kalmamış örneğin! Çok şaşırtıcı şeyler yaşadığımı söyleyebilirim.

Ali Saydam Hocam, vatandaş gazeteciliğine de değindi. Bugün Güney Kore’nin en büyük ajanslarından bir tanesi, vatandaş gazetecilerinin bir araya gelmesiyle kuruldu. Altı katlı bir binadan yayın yapıyorlar. Keşke dünyayı vatandaş gazetecilerinin gönderdiği sağlıklı haberlerle görebilsek! Çünkü biliyorsunuz, dünyayı yöneten medya aileleri var ve bu mevcut yapıların en son Trump ile yaşadıkları sorunları da biliyoruz. Bu anlamda geleneksel medyanın çok da masum olmadığını düşünüyorum. Vatandaş gazeteciliği, belki yeniden etik değerler üzerine kurulabilir. Keşke imkanımız olsa ve tüm dünyada Türkiye’den ortaya çıkmış, ‘sınır tanımayan sosyal medyaacılar’ gibi bir ajans kurabilsek! Dünyadaki etik değerlere saygılı gençleri, bu şekilde kurtarabilsek...

Bir düzeltme yapacağım; Nihal Kocabay Hanım, AP'nin geçtiği bir haberden bahsetti ve 'Beyaz Saray'da Bomba Patladı!' haberine yer verildiğini söylemişti. O haberde AP'nin Twitter adresi hacklenmişti. Yani bilerek yaptıkları bir şey değildi. Siber saldırıları biliyorsunuz! 21 Ekim'de zirveye çıktı ve bu saldırılar, Amerika'ya 7 milyar Dolarlık bir zarar getirdi. Ayrıca bu siber saldırılarda, bilgisayarların yanında akıllı çamaşır makinaları, bulaşık makinaları kullanıldı ve Amerika şu anda, 'Bize siber saldırı yapanlara karşı fiziksel müdahale yapabilir miyiz?' durumunu tartışıyor. Kısacası, artık bizim de bunları konuşuyor olmamız lazım.

Ayrıca siber saldırı üzerinden, başka bir konuya da değinmek istiyorum. Az evvel Ali Saydam Hocamın, 'Sosyal medya nedir ve nereye gidiyor?' sorusu üzerinden bir sunumu oldu. Bence artık buradaki masanın etrafında kişiler olarak, 'Nedir?' durumunu konuşmamalıyız. Şu an masanın etrafında, genellikle 'dijital göçmenler' var. 'Dijital göçmenler', hâlâ sosyal medyayı anlamaya çalışıyor. Ama 'dijital yerliler' dediğimiz çocuklarımız, gençlerimiz, hemen arkamızdaki nesil ise artık sosyal medyanın ne olduğunu sormuyorlar. Zira onun içine doğdular ve onun içinde yaşıyorlar.

Yine muhtemeldir ki, şu an burada 'deep-web'i çok fazla araştıran ve bilen yoktur diye düşünüyorum. Ancak şu an gençlerin çoğu bu konuya vâkıf! Hatta bir lise konferansında sordum, 300 kişilik konferans salonunda hemen hemen hepsi deep web'i biliyordu! Ama öğretmenleri bilmiyordu. Bugün bu gençlerin hepsi, daha 15-16 yaşında deep web'te beşinci altıncı seviyeye gelmiş durumdalar. Silah satıcılarından tutun da pornografik içeriklere, eroine kadar her şeye çok kolay ulaşabiliyorlar ve parayla satın alabiliyorlar. Ve bu 'deep web'e karşı, Türkiye'nin de dünyanın da bir ajandası yok! Burayı şu anda istihbarat kullanıyor, ama o da kendi işi için kullanıyor. Yani bu mecrâ da ayrı bir tehlike olarak devam ediyor.

Peki dünyada internet nasıl yayıldı? Bu soruyu sormalıyız önce. Aslında dünyada tek bir buluş vardır ve o da işin nereye gittiği bilinmeden yapılmıştır. İnternet, 'Arpanet' olarak 1960'lı yıllarda başlıyor. Aslında askeri amaçlar için düşünülüyor, fakat sonradan işe yaramayacağı mantığıyla bırakılıyor. Ancak iki öğrenci bunu sürdürerek çalışmayı ilerletiyorlar ve konuşmaya başlıyorlar. Aslında karar vericilerin ya da dünyadaki o üst aklın çok fazla hakim olamadığı, nereye gittiğini bilmediği bir şeye dönüşüyor ve

anarşizm internette çok hızlı geliyor. Bu anarşizm üzerinden bir kısmımız konunun kuyruğunu, bir kısmımız hortumunu, bir kısmımız da bacağına tanımlamaya çalışıyoruz.

Tabi 'Türkiye'de internet nasıl yayıldı?' sorusu da bir o kadar önemli. Çünkü düğme yanlış iliklendiği zaman, meseleyi doğru ilerletmeniz çok güç oluyor. Türkiye'nin ilk internet fenomeni 'İnternet Mahir'dir ve internet de onunla beraber yayıldı.

Biz Mahir'i 1999 Yılı'nda şöyle gördük! Bir koltuğunun altında bir kız, diğer koltuğunun altında bir başka kız ve 'I kiss you!' diye bir site açmış. 'Türkiye'ye gelin, benim misafirim olun; sizi öpeceğim!' gibi söylemler var! Sonra biz Hollywood'tan bayanların gelip Mahir'in evinde kaldığını falan gördük. O zamanki gençlerimize bunu söylemeniz yeterliydi. Ve birkaç hafta içerisinde internet abone sayısı, 900 binden 2 milyona çıktı. Yani bizler internetle maalesef bu kadar kötü bir şekilde tanışmış olduk!

Öte yandan gençlerimizin profillerine baktığımızda, yine ilginç noktalara rastlıyoruz. Araştırmacı İhsan Aktaş Hocam kadar detaylı ve bilimsel bir inceleme yapamamak da; şunu üzülerken ifade ediyorum ki, artık gençlerimizin, kardeşlerimizin profillerinde bizim resimlerimizin olmadığını görebiliyoruz. Annelerinin babalarının fotoğrafları yok profillerinde! Çünkü biz onların kahramanı değiliz artık.

Onların hayatlarında artık Justin Bieber'lar, Selena Gomez'ler var ve şimdilerde o gençleri bunlar yetiştiriyor! Profil olarak dahi sizi paylaşıyorlar, çünkü dünyalarında hakikaten yokuz. Ve bu dünyada biz yoksak, başkaları var!

İsmi vermeyeceğim, Ankara'dan bir belediye başkanımızla Avusturya'da bir ortamda denk geldik. Ben konuşma yaparken bana soru soruyorlardı ve belediye başkanımız da "Ben akılsız telefon kullanıyorum, sosyal medyaya karşıyım ve boş bir şey olduğunu düşünüyorum!" dedi. Masada da on dört yaşında genç bir kardeşimiz var. "Sayın başkanım, çocuğunuz var mı?" diye sordum, "Var." dedi. "Sosyal medya kullanıyor mu?" dedim, "Kullanıyor." dedi.

"On dört yaşındaki bu gencimiz sizin çocuğunuz olsun! Masadan hepimizi kaldıralım, sonra sizin yerinize bir tane anarşist oturtalım. Ve bir tane FETÖ'cü, bir tane PKK'lı, bir tane de DEAŞ'lı oturtalım. Çocuğunuz hâlâ o masada ve bu masanın adı 'sosyal medya'..." dedim ve Başkan çok şaşırdı, "Türkiye'ye döndüğünüzde görüşelim." dedi.

O masa hâlâ duruyor ve biz yokuz. Dışarıdan bakıyoruz, oraya dair eleştiriler üretiyoruz. Çok hızlı bir şekilde çocukları oradan kurtarma şansımız yok açıkçası! “Gelin buraya, çok güzel top oynayalım!” deme şansımız kalmadı artık. Ben de bağımlılıkla ilgili mücadele noktasında konferanslar veriyorum, ama durumumuz maalesef çok kötü! Bu anlamda çalıştığınız hayırlı olmasını diliyorum. İnşallah güzel sonuçlar çıkar. Teşekkürler...

Dr. Yalçın KOÇAK:

(Sosyal Araştırmacı – Eğitimci)

Teşekkür ederim. Ben arkadaşlarımdan aldığım çıkarımları yazdım, iki tane öneriyle toplamak istiyorum...

Öncelikle şunu söylemeliyim ki; ben sokaktan geldim ama, bazı tecrübelerimi buradaki insanlarla paylaşmak istiyorum. Kamyon şoförleriyle başlayan bir hayattan, argoların içinde ve tamirhanelerde geçen bir yaşantıdan sonra üniversite tahsilini bitirdim. Ve minibüs şoförlüğü yaparak okudum. Varlıklı bir ailenin çocuğuydum ancak özellikle yoksulluk çektilirdim.

Bakınız; Hindistan’da bir çocuk, 15 milyonluk virtual eğitim yapıyor. Ancak Ankara maalesef bize virtual eğitimi yasaklıyor ve biz sanal üniversite kuramıyoruz. Dolayısıyla çocuklarımız yazım dilinden yoksun, yani edebiyatsız bir yaşam sürüyorlar. 140 kelimeyle sınırlı bir dağarcıkları var ve bu mini dağarcık dünyasında küfre kayanlar da çoğunlukta!

Ara sıra arkadaşlardan duyuyorum ve “İyi ki Twitter kullanmıyorum.” diyorum. Mustafa Hocam bir ara beni zorla abone yaptı ama, bakıyorum ki içeriksiz paylaşımlar oluyor bu mecrâda!

Geçen akşam bir televizyon programı için liste yaptım, insanlara mesaj attım. Yanlış yere basıp bir Whatsapp grubu oluşturmuşum. Sonra bir arkadaştan ikaz geldi, “Ben bu gruptan çıktım.” dedi. Canlı yayın bittikten sonra arabaya girip baktım, gruba bir fıkra gelmiş! Meşhur bir fare fıkrası. Arkadaşım da ondan ötürü çıkmış, haklı. Bu zeminler çok uygunsuz kullanılıyor yani.



Sn. Dr. Yalçın Koçak

Eski bir siyasetçi olarak gördüğüm odur ki, bazı şeylere çok geç kalmışız. Bir dönem rahmetli Özal’ın genel başkan yardımcılığını yaptım ve aktif siyasetten sonra dünya görüşüm farklılaştı. Kalem, kağıt, mektup yok edildi açıkçası! Utanması olmayan bir yazım dili ortaya çıktı. Bu bir edebiyat değil; arsız, hayasız, edepsiz bir şey. Kelimelerin derin anlamlarını maalesef unuttuk. Basıncılar, “*Toplum önündeki insanların özeli yoktur.*” der. “*Gazetecilerle dostluk, perdesiz bir evde çıplak gezmek gibidir.*” denir. Peki bu elektronik basıncılar ne oldu? Herkes basıncı oldu esasen!

Alanın yetkililerine “*Bunun bir ciddiyeti var mı?*” diye sordum, bir ciddiyeti var. Ankara’da Başbakanlık’ta bir bilişim kurulu oluşturulmuş. YÖK’e “*Kalite Kurumu kurulmalı!*” denildiğinde de yine kendi içinde kurulmuştu. Oysaki ‘kalite kurulu’ sivil olmalıdır. Sivil otorite olacak, siyâsi otorite arkasında olacak, ekonomik bağımsızlığı olacak! AB, böyle tarif ediyor.

Avrupa’da bu kurulları hasbelkader inceledim ve Türkiye’de DEBKA diye bir konsey kurduk. ‘*Dünya Elektronik Basın Konseyi*’... Ve bunu da, Bakanlar Kurulu kararıyla hayata geçirdik.

Ancak ne yazık ki, Türkiye’de bürokrasi yetkisini paylaşmıyor. Bu nedenle de ülkemizdeki demokrat olmayan devlet kafasıyla bir yere gitmemiz çok zor! 657’yle de bu

sorunları çözemeyiz. Çünkü 657 dün bilmem hangi örgütün elindeydi, yarın bilmem hangi örgütün eline geçip ona hizmet edecek. Nazara açık hâle geldik yani.

“Kadınlar profil fotolarına çocuklarını koyuyorlar.” deniliyor, peki bu çocuk genel ifade ile nazara gelmiyor mu? Nazar kavramını unuttuk. Demek ki unutturulmuş anneler yetiştirdik.

Peki nerede yetiştirdik biz bunları? T.C. Milli Eğitim Bakanlığı bünyesindeki zurna kaval anaokullarında yetiştirdik. Tayyip Bey düzgün iş yaptı, bir ‘nene okulu ahlâkı’ başlattık; ama unutmayın ki, o nineler de nesil olarak o anaokullarında yetişenler. Bu eski neneler de gitti, çok kötü bir yere doğru sevk olunuyoruz.

Biz eskiden çok iyi at, kurt, it izi takip ederdik. Şimdi sıkı medya takiplerimiz var ama, aslı melekelerimiz köreldi. Bu körelen melekelerimizi de ecnebî oryantalistler negatif işlerde kullandı. Kendilerinde bunları düzenleyen kanunlar, kurumlar var. Bizde daha ne doğru dürüst bir kanunu, ne de kurulu var! Adam alıyor eline kalemi; senin altmış yıllık yaşantını karalıyor, berbat bir hâle getiriyor seni!

Bu işin hakikaten zamanı gelmişti. Ben şu kadar ciddi bir kurulun, Ankara’da toplanıp bu işleri tartıştığını zannetmiyorum. Bugüne kadar da duymadım ve Elektronik Basın Konseyi’nin üyesiyim. Elektronik Basın Konseyi’ni Avrupa’da gördüm ve gelip burada kurdurttum. Ne var ki bürokrasiyi aşıp işlevsellik kazandıramadık. Kendileri bilişim kurulu kurup kendi ellerinin altında dursun istiyorlar. Davranış bilimi kapsamında beğenilmek arzusu, takipçilik, dikizcilik gibi gizli hastalıklarımız var. Hocalarımız bunları daha iyi bilirler. Psikolojide okuduğumuz bu gizli hastalıkların internetten sonra, bu elektronik yazışmalardan sonra çoğaldığını da biliyoruz. Kadın kocasına tuzak kuruyor, kocası kadına tuzak kuruyor. Falan yerde randevu vs. derken, böyle anormal durumlar da yaşanmaya başladı.

Şöyle toparlayayım...

Ortada bir arıza var ve o noktayı bulmak da biz akademisyenlerin görevi. Can ile canan arasında bir hadise var. Peki kim çözecek bunu? Ben üstüme düşeni yaptım ve Kirli Sözlük’ün isim hakkını aldım. Bu bitmiş bir projeydi ve birilerinin elindeydi. Kirli Sözlük, Ekşi Sözlük gibi yapılar millî değil. Hatta bize ait de değil, ahlâkı de değil. Çok ahlâksız bir zemin.

Acaba bilinçli akademisyenlerle acaba yeni bir sözlük, yeni bir önder kurumkuruluş başlatabilir miyiz? Bu soru önemli. Benim bir önerim de bu açıkçası! ‘İçsel komplekslerinin dışa vurumu’ ifadesi ile güzel bir sosyal medya tanımı yapıldı.

Bakınız, turşu küpünün üzerinde bir taş vardır her zaman. Onu kaldırırsanız, turşular yukarıya doğru kabarırlar! Nefislerimiz de böyle oldu maalesef. Yasaklar kaldırılıp elimize bazı imtiyazlar geçince, bizde de bir dışavurum başladı. Oysaki her baskı bir şey çıkarıyor.

Bir psikolog arkadaşım, “Ben Fatih’te yer açacağım.” dedi. “Sen ne diyorsun, Fatih’te benim halam oturuyor. Orası muhafazakâr bir yer.” dedim. “Sen öyle zannet.” dedi. Gerçekten de baskıcı yerlerde psikolojik hasta sayısı artıyor. Hakikaten orada yer açtı ve şöhretli de bir adam oldu. Çok da para kazandı. Yani baskı olan yerde bunlar illaki çıkacak...

Mustafa Aydın Hoca, Türkiye Sigarayla Savaşanlar Derneği’ni kurduğunda; kendisine inananların sayısı herhalde 3 ya da 5’ti! Ortada ne kanun vardı ne de kitap! Hiçbir şey yoktu. Çalışmaya bir başladılar, uçak koltuklarında serbest olan sigara ile mücadele; bambaşka bir noktaya geldi. Sigara içme yasağı, bugün hayatın birçok yerine geldi.

Mustafa Hoca sigarayı, üniversitenin bir köşesine hapsetti. Ben de üç sene önce baktım bu iş betere gidiyor, bıraktım sigarayı! Hakikaten Avrupa’ya gittiğimde utanıyordum. Cam fanusun içerisinde sigara içiyorsun. Havaalanlarında vs. yerlerde hep aynı! Maymun gibi ortadasın ve millet etrafından geçiyor. Bir yerden başlamamız lazım yani artık. Şu heyet buna çare bulamıyorsa, vallahi bunun Türkiye’de çaresi yok demektir. Biz bunu bulalım, yazalım; ilgili yerlere iletelim. Saygılar sunuyorum, başarılar diliyorum...

Prof. Dr. Ömer ÖZYILMAZ:

(İAÜ Rektör Yardımcısı / İAÜ Eğitim Fak. Öğr. Üyesi)

Öncelikle konuşmacılara çok teşekkür ediyorum. Bu tarz toplantılar, meseleye sağlıklı yaklaşabilmek anlamında elbette çok yararlı oluyor. Ancak bu tür irdelemeler, mevcut sorunları hemen çözemez.



Sn. Prof. Dr. Ömer ÖZYILMAZ

Bugün sosyal medyaya etik perspektifinden baktığımızda, hep olumsuzlukları görüyoruz diye düşünüyorum. Daha doğrusu etiğe uymayan yönler olduğu için, etik bakışıyla baktığımızı görüyorum. Hâlbuki sosyal medyada çok güzel gelişmeler de var. Bu mecrâyı çok hayırlı işlerde kullanan insanlar da var! Dolayısıyla bu açığı da göz önünde bulundurmamız lazım.

Bendeniz sosyal medyayı üç boyutuyla ele almak istiyorum. Buna başka boyutlar da eklenebilir. Ele almak istediğim boyutlardan birincisi, teknolojik boyut. O noktada nereden nereye geldiğimizi, Ali Bey bizlere güzelce anlattı. İkincisi, sosyal boyuttur. Onun da DEAŞ'tan çeşitli örgütlere kadar nasıl kullanıldığı ortada! Tabi bir de psikolojik boyutu var. Ben bu boyutuyla ilgili olarak birkaç cümle söylemek istiyorum...



Aslında sosyal medyaya psikolojik boyutuyla baktığımızda, bu zemini bir sonuç olarak görebiliriz. Ya da toplumun bir aynası olarak! “Sosyal medya toplumun MR’ını çekiyor!” diyebiliriz rahatlıkla. Sosyal medya; toplumumuzda var olanları, hatta gizli kalmış olanları dışa vuruyor.

Önceden toplumdaki ya da bireydeki gizli kalmış olanları dışarıya vuran başka olgular da vardı. Mesela bizim kültürümüzde, insanlar sefere çıktıkları zaman bu gizli kalmış yönlerin ortaya çıktığı söylenirdi. Ya da ticaret yapıldığı zaman! Bir kişi bir yere yönetici olarak getirildiğinde vs. Buna benzer ölçüler vardı. Bu açıdan sosyal medya, gizli kalmış yönleri ortaya çıkarma işlevini görüyor, diyebiliriz. Peki bazı şeyler niye gizli kalır? Biraz önce Ali Bey de Yalçın Bey de söyleyeceğim konulara değindiler aslında, çok önemli cümleler duyduk kendilerinden.

İnsan psikolojisi birkaç boyuttan oluşur. Bunlardan birisi bizim kültürümüzde ‘nefis’ denilen, psikolojinin de ‘id’ dediği; isteklerin, arzuların, şehvetlerin, beklentilerin vıcır vıcır kaynaştığı yerdir.

İkincisi, insan denen varlığın yönetim organı olan ‘ben’dir. Psikoloji bilimi buna ‘ego’ diyor. Bir de ayrıca, insanın nasıl davranacağını belirleyen inanç yapısı ya da psikolojinin ‘süper ego’ dediği husus vardır.

Bu kavramların içerdiği bütün konular eğer rahat bir ortamda açılır, konuşulur ve belli yerlere oturtulursa herhangi bir gizlilik kalmaz. Bununla, yıllar evvel cinsel eğitim verelim derken cinselliği yayma çabası gibi noktalardan bahsetmiyorum! O mânâda söylemiyorum yani. Ancak çocuk olsun, genç olsun, yetişkin olsun ticaret konusu eğer etrafıca ele alınmış, konuşulmuş ve belli bir yere oturtulmuşsa; artık bu gizli kalmaz.

Ünlü psikolog Jung, “Bu konuşulmayan yerlerin adı, psikoloji biliminde ‘gölge’dir. Bastırılan yerlerin adı budur.” diyor. Bir insanın kişiliğinde ‘gölge’ ne kadar çoksa, o insan

yalnız kaldığında değişik tiplerin ortaya çıkma ihtimali de o kadar fazladır. Gölge ne kadar azsa, sorun da o kadar azdır insanda.

Bizim toplumumuza baktığımızda, gölgelerin fazla olduğunu görüyoruz elbet. Araştırmacı İhsan Aktaş Bey, malum cemaatten bahsetti mesela! *“Nasıl bir dibe vuruş yaşadığını gördük.”* dedi. Aslında cemaatler, hele de o bahsettiği cemaat; hepten bastırırdı, baskıcıydı! Mesela ben milletvekili lojmanlarından çıktığımda ‘Çocuğumu nerede okutayım?’ diye bakarken, birçok arkadaş cemaat okuluna götürdü. Ben özellikle götürmedim. Çocuk rahat düşünsün, baskı altında kalmasın, rahat bir şekilde kendisini ifade etsin diye düşündüm. Şimdi çocuğum bana dua ediyor, *“İyi ki oraya götürmemişsin baba.”* diyor.

O mecrâlarda çok baskı var. Herhangi bir konu açılmaz, tartışılmaz ve oturtulamaz. Aslında bizim aile yapımızda da bazı konular herhangi bir şekilde açılıp konuşulmazdı. Hatta bizim çocukluğumuzdaki babalara baktığımızda; onlar oturur, ciddi dururlardı. Herhangi bir şey konuşmazlardı ki, ağırlıkları ortadan kalkmasın!

Dolayısıyla ailede herhangi bir konu açılıp konuşulmaması demek, her konunun belli ölçüler içerisinde bastırılması demektir. Bu, okullarda da böyledir. Eğitim sistemimize baktığımızda; öğrenciden hareketle eğitim yapmadığımızı görüyoruz. Öğretim üyesi ve kitaplar esas! Öğretim üyesi ne anlatıyorsa, öğrenci onu dinliyor. Bir de *“Ders kitabını oku!”* diyoruz, tamam. Daireye, iş yerine geldiğinde ise zaten oranın sosyal kodları, etik kodları var! Tamamen onlara uymak durumunda kalıyor. Ve bu süreç de giderek hayat biçimi hâline geliyor.

İşte buna, psikoloji ‘bilinçaltına bastırma’ diyor. Ancak bastırılan konular kaybolmuyor, ölmüyor ya da zayıflamıyor! Aksine güçleniyor. Örneğin bir sürü anarşisti bir hapishaneye koyun ve her birinin de birbiriyle rahat görüşebildiği bir ortam düşünün. Orada suçlu insanlar birbirini nasıl geliştirir? Müthiş bir suç örgütü olarak orada teşekkül ederlerse; bilinçaltına bastırılmış olan bütün konular da ayaklanır, birleşir ve büyür. Yani orada birbirlerini besleyerek çok ciddi bir suç örgütü oluştururlar.

Güçleri olmadığı için ortaya çıkamadıklarında serbest dururlar ama rahat ortaya çıkabileceklerini düşündükleri anda işler değişir! İşte bugün bizim medya için, *“Bu insanlara ne oluyor! Nasıl böyle yazıyorlar, nasıl böyle konuşuyorlar?”* deniyor ya! İşte bu durum, bahsettiğim bu süreç içinde şekilleniyor, diyebiliriz.

Dolayısıyla ben bugün sosyal medyada var olan bu durumun aslında bir ‘sonuç’ olarak nitelendirilmesi gerektiğini, bu durumun toplumumuzun bir aynası olduğunu düşünüyorum.

Peki çözüm nedir? Elbette çözüm üzerine çok çalışılacaktır. Ancak biraz önce anlattıklarına yeniden dönersem, kişiliğin bölümleriyle ilgili noktalara yoğunlaşmamız gerektiğini düşünüyorum. Biz eğer ailede, okulda, insanların o bölümlerini geliştirsek, mesela ‘süper ego’yu olgunlaştırırsak; bazı hususlar gizli de kalsa açık da olsa belirli bir nötralizasyon olur. Yani koruma sağlar!

Yunus Emre’ye *“Hep doğru odun getiriyorsun!”* diyen pîri bir gün *“Git bu kuşu hiç kimsenin olmadığı bir yerde kes de gel!”* deyince Yunus Emre dolaşır dolaşır geri döner. Pîri aynı görevi başka müritlerine de verir ve onlar da *“İşte şurada kimse yoktu, kestim!”* deyip emri uygularlar. Ama Yunus Emre kuşu sağlıklı olarak geri getirir ve *“Sen niye kesmedin oğlum!”* diye sorulunca da, *“Efendim! Beni kimsenin görmediği bir yer bulamadım. İnsanlar yoktu ama beni gören görüyordu. Dolayısıyla ben kesemedim!”* der.

Yani yetiştirdiğimiz insanların böyle bir süper egosu olursa ve insanı iyi yöneten bir ego gelişirse; işte o zaman özellikler gizli de olsa açık da olsa sorun yaşanmaz ya da çok az yaşanır. Kendini kontrol eden bir nesil ortaya çıkar.

Teşekkür ediyorum, saygılar sunuyorum...

Yasin AVCI:

(Sosyal Medya Uzmanı)

Hocalarım konunun daha çok kuramsal ve sosyolojik boyutlarına değindiler. Ben biraz daha pratik ve teknik konularla temas etmek istiyorum...

Sosyal medya ile bizler, bir kimlik sahibi daha olduk. Artık gerçek kimliğimizin yanında bir de sanal kimliğimiz var. Bu mecrâda bizi herkes gerçek kimliğimizin bir tık üstündeki sanal kimliğimizle tanıyor.



Sonuçta biz kendimizi sosyal medyada ne şekilde ifade ediyor ve tanıtıyorsak, veriler karşı tarafa da o şekilde yansıyor. Ve sosyal medya içinde gerçekte bilgi sahibi olunmayan konular aktarılıyor, insanlar ne kadar bilgi sahibi olduğunu söylese de gerçekte hiç öyle olmuyor.

Tabi hâl böyle olunca bu mecrâda kullanılan sanal kimlik, dezenformasyona uğrayan bir kimlik olarak karşımıza çıkıyor. Bu kimlik kullanıcıya, yani bireye şu özgürlüğü veriyor! Gerçekte olanı değil de kafasında idealize ettiği kimliği sunmayı! Tabi bu gerçek bir özgürlük değil, bir teşvik diyelim.

Tabi bu tarz durumlar hâliyle etik problemini de ortaya çıkarıyor. Kullanıcılar genellikle, dezavantajlarını hiçbir zaman sanal kimliklerinde göstermek istemiyorlar. Gerçek kimliğinde olan çapını, gücünü, bilgi birikimini tam olarak ifade etmiyorlar. Sanal kimliğindeki veriler belki doğru belki yanlış, çünkü onları hiç kimse tanımıyor! Çok büyük bir mecrâya sesleniyorsunuz ve ne iletirseniz karşılığında da onu görüyorsunuz.

Etik olan kısım alakalı olarak şunu söylemek istiyorum... Sosyal medyadaki etiğin, vicdanla geliştirilebileceğini düşünüyorum. Bu konuda da ürettiğim şöyle bir formül var! Şu kalemi vicdan olarak düşünelim ve bu da bir vicdan çizgisi olsun. Bunun bir tarafında sanal kimliğimizi, bir tarafında da gerçek kimliğimizi düşünelim. Bu iki kimlik arasında bir kişilik transferi gerçekleşirse ve gerçek kişiliğimizi sanal kimliğimize aktarırken bir eksiklik gösterirsek, yani bu ikisi arasındaki kontrast artarsa; etik azalır. Buradaki aktarımı doğru yapmamız gerekiyor.

Eğer gerçeğe uygun bir şekilde hareket edersek; yani idealize ettiğimiz kimliğimizi değil de gerçek kimliğimizi ortaya koyabilirsek daha faydalı olacağını düşünüyorum.

Çok sevdiğim, Nurettin Topçu Hocamızın bir sözüyle bitirmek istiyorum; *“Âlemde ahlâktan daha güzel, daha gerçek bir şey yoktur. Biz bir ahlâk tarihinin çocuklarıyız; ne ırk, ne iktisat endişeleri ahlâkımızı sarsamaz. Ruh ve ahlâkımızla kabrimize varacağız, onlarla ebediyete ulaşacağız.”* Bu sorumlulukla hareket ederek vicdanlı nesiller yetiştirebileceğimizi düşünüyorum ve saygılar sunuyorum...

Doç. Dr. Ali BÜYÜKASLAN:

(Medipol Ünv. İletişim Fak. Dekan Yardımcısı)

Etik ile alakalı olduğunu düşündüğüm bir konunun, özellikle bu oturumda gündeme gelmesini istedim. Gece vakti şöyle bir mail aldım... Avukat Ümit Erdem, *“Bu kitabı okumadan sosyal medyada paylaşım yapmayınız.”* diyor ve tanıtımında da sosyal medya paylaşımlarının suç olarak neleri kapsadığını anlatıyor. Bu çalışmanın bir kılavuz kitap olarak sunulduğunu söylüyor ancak bunu paylaşırken kendisi de suç işliyor, farkında değil!



Benim mailimi nereden aldı mesela? Ben biliyorum nereden aldığını! Bir yerden alışverişi yaparken, bir imza atıyoruz örneğin! Ve her şeyi de okumuyoruz. *“Kuralları kabul ediyorum.”* kısmında belki *“Bilgilerimi paylaşacağım!”* diyordur! Oraya sıkıştırılmıştır bu mesaj! Ya da mail bombardımanlarıyla benim adreslerime

ulaşıyorlardır. Kısacası etik konusunda paylaşım yaparak bizi uyaran birilerinin, sürece 1-0 mağlup başladığı bir maille karşılaşmış oldum...

Ali Saydam Hocamızdan istifade ettik. O konuşmaya bir takviye olsun diye, “*Önce binaları tasarladık, sonra binalar bizi şekillendirdi!*” şeklindeki yaklaşımına birazdan bir ek yapacağım. Sonuçta biz bilgisayarları tasarladık ama, artık bilgisayarlar bizi yönetiyor. Bu bilgisayarların içerisine, yazılım, sosyal medya, sosyal ağlar; ne koyarsanız koyun artık...

Mevlânâ’ya ait bir söz vardı hafızamda. Çok önceden beri biliyordum bu sözü ama “*Yine de kaynağı teyit edeyim.*” dediğimde, Mevlânâ hariç herkesin bu sözü sahiplendiğini gördüm. Bir Mevlânâ söylememiş, ama herkes söylemiş! Böyle tuhaf bir durum da var internet ortamında! Dolayısıyla sosyal medya ortamındaki bilginin doğruluğu, bugün ciddi bir sorundur.

Çok çabuk tükettiğimiz bir gerçek. Daha evvel ICQ’den bahsediliyordu ve orada anonim kimlikler vardı. İnsanlar uydurma isimler kullanıyordu. Şu anda bizatihi kendi kimliklerimizle yer aldığımız bir ortam var, ama manzara ortada!

Bu da bize belki sağa sola ileri geri konuşmanın sınırlarını açıyor; ama bu sınırlara ne kadar itimat gösterildiği de bir o kadar önemli. Bu etik açıdan gerçekten bir sorun yani.

Bir şeyin suç olduğunu bilmeden yapmak, sizi cezalandırılmaktan kurtarmaz. Sosyal medyada suç olduğunu bilmediğimiz birçok şeyi paylaşıyoruz ve bir gün kapımıza savcılar geldiğinde “*Ben bunun suç olduğunu bilmiyordum!*” diyeceğiz...

Ali SAYDAM:

(Bahçeşehir Ün. Öğr. Üyesi - İletişim Profesyoneli)

Bir iki şeyi düzeltme ihtiyacı duydum, müsaadenizle... Erol kardeşimin, “*Bu etik ihlaller sadece dijital ortamda değil, analog ortamda da yapılabilirdi!*” gibi bir ifadesi oldu. Hatta Anadolu Kaplanları’ndan örnek verdi. Para toplayanlardan vs.

Emin olun, bu tür firmalar Hürriyet Gazetesi’ne ilan veriyor olsalardı; üç kere düşünürlerdi. Bu tüketim hızından geliyor aslında. Kitap uzun yıllar da tüketebilir ama dergi bir aylık tüketime göre hazırlanır. Gazete ise 24 saatlik tüketime göre hazırlanır. Televizyon anlık tüketimdir örneğin, ama buna rağmen kaydı tutulduğu için daha uzun süre tüketilme imkanı vardır.

Oysa internet ortamı öyle değildir. Veriyi koyuyorsunuz ama iki saniye sonra kaldırılıyorsunuz! Anlıktan da öte bir hızlı tüketim söz konusu. O yüzden orası her türlü bulanıklığa ve etik olmayan duruma açık.



İkincisi, ben sosyal medyayı tamamen reddetmiyorum. Bir ara yeni bir eleman alacaktı çalışmalarımız için, LinkedIn’e ilan koydum. LinkedIn’i çok iyi kullanıyorum ve 476 başvuru oldu. Hepsi de tam istediğimiz gibi başvuruları ve üçe indirdik. Gayet iyi kullanıyoruz yani. LinkedIn’de öyle yanıltmacalar yoktur pek, çünkü işle ilgili bir ortamdır. Ayrıca kimse kimseye hakaret edemez, ters konuşmalarla ilgili hemen uyarı gelir. Diğerleri gibi değildir. Demek ki orada bazı etik kodlar var...

Bir başka konu da şu ki, bir kardeşimiz “*Sanal kimliğimiz kadar varız.*” dedi. Buna ne yazık ki katılmamız mümkün değil. Yoksa “*Kimliğim yok.*” demem gerekir! Zira benim sanal bir kimliğim yok. Benim kimliğim üç boyutlu, mekana ve zamana bağlı bir kimlik. tBunun için bu tanımlamanın kendi adıma geçerli olmadığını söyleyebilirim.

Ayrıca “Burada daha fazla genç olmalı bu konuları tartışmak için.” denildi. Bu tür meseleler elit konulardır. Yani gençlerle ilgili yasayı gençlere yaptıramazsınız! Böyle bir şey olmaz.

Sanat, elit bir şeydir örneğin. Millî Kültür Şûrâsı var şimdi, devletin bu şûrâdaki görevi üzerine tartışılıyor. İşte bu meseleler, elit meselelerdir. Sosyal medya popüler bir alan diye bunun yasalarını ve kodlarını halk belirleyemez! Böyle bir şey olmaz. Asla bu istikâmette bir yere gidilmemeli, şiddetle uyarma ihtiyacı duyuyorum. “Herkes söz sahibi olsun, laylaylom konuşalım!” mantığı tehlikelidir. Zaten sınırsız sorumsuz bir özgürlük alanı var. Ayrıca bu gençlere 18 yaşında seçilme hakkını da vereceğiz inşallah. Seçme hakkı zaten vardı, seçilme de vereceğiz.

Teşekkürler...

İKİNCİ OTURUM

İkinci Oturum*“Sosyal Medyada Dil ve Üslup Sorunları”***Ana Konuşmacı: Doç. Dr. Ali BÜYÜKASLAN****Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM:****(TARMER Müdürü)**

Aydın Düşünce Platformu Salonu’nda icrâ etmekte olduğumuz ‘Sosyal Medya ve Etik’ konulu çalıştayımızın öğleden sonraki ikinci oturumunu açıyorum. Umarız öğleden önceki oturum gibi bu oturumlarda da başarılı sonuçlar elde ederiz...

Bu oturumun ilk konuşmacısı, Doç. Dr. Ali Büyükaslan hocamızdır. Yapacağı geniş konuşması sonrasında, isteyenlere söz vererek ilerleyeceğiz. Bu sözler, yapılan konuşmayla sınırlı değildir; öğleden önceki konuşmayı tamamlamak isteyenler de olabilir. Yeter ki önümüzde konuşabilecek kadar zaman kalsın...

Doç. Dr. Ali BÜYÜKASLAN:**(Medipol Ünv. İletişim Fak. Dekan Yrd.)**

Bu oturumun bana tevdi edilen başlığı, ‘*Sosyal Medyada Dil ve Üslup Sorunları*’... Tabi dil söz konusu olunca, hem nesnesi hem öznesi olduğumuz ve de kullanıcısı olarak içerisinde bulunduğumuz bir konu ile yüzleşmiş oluyoruz. Sosyal medyayı kullanırken de mutlaka yoğun bir şekilde dil ve dil aracılığıyla etkileşim içerisinde bulunuyoruz.

Dolayısıyla konuşmamda tespit yaparken; biliyorum ki bu tespitlerin birçoğu sizlerce de yapılmaktadır, çünkü kullanıcısı olduğumuz sosyal medyadaki tespitler, hemen herkesin ait olduğu dünyanın gerçekliği içerisinde. İşte dil ve üslup da tam burada, ait olduğumuz, ait olduğumuzu düşündüğümüz evrenin gerçekliği içerisinde. Dolayısıyla hem açıcı olması bakımından, hem de yöneme katkı olsun diye konuşmayı bir iki sosyolojik tespitle genişletmek istiyorum.



Sn. Doç. Dr. Ali BÜYÜKASLAN'ın Konuşması

20. Yüzyıl'ın önemli isimlerinden, dilbilimci Ferdinand de Saussure'e ithaf edilen bir söz vardır. Şöyle der Saussure: *"İster evrim ister devrim, ne dersiniz deyin; bir gerçek var. O da zamanın her şeyi değiştirdiği!"*

Dilin de bu değişimin etkisinden uzak durmasının mümkün olmadığını biliyoruz. Böyle bir gerçekle karşı karşıyayız. Dolayısıyla bir dilbilim kuramcısı ya da dilbilimin temellerini atan bir bilim adamı gözüyle bu değerlendirmeye baktığımızda ister inceleme alanı, ister kullanıcı, ister zihinsel dünyamızın dışı yansıması şeklinde olsun; dilin herhangi bir etkileşimden, değişimden uzak kalmasının mümkün olmadığını görüyoruz.

Yine bu çerçevede Wittgenstein'in *'Dilimin sınırları, dünyanın sınırlarıdır!'* sözü de önemli bir ölçü... Ya da *"Fasih dil, anlayış ve bilginin tercümanıdır."* diyen Yusuf Has Hacib'in sözü. Bu sözlerin dışında, dile ilişkin birçok özdeyiş, dünyamızda karşılığı olan anlamlı düşüncelerdir.

Ancak sosyal medyayla ilişkilendirerek dili anlamaya çalıştığımızda; web 1.0, web 2.0, web 3.0 gerçekleriyle karşı karşıyayız. Şu anda içerisinde olduğumuz ve yakın bir gelecekte artık terk edeceğimizi düşündüğümüz web 2.0; değişik algoritmalar ve veri mühendisliği uygulamalarıyla şafağında bulunduğumuz web 3.0, bizim sosyal medyadaki dil yönelimlerimiz noktasında belirleyici özellikler taşımaktadır. 2.0 ile birlikte tek taraflı bir bilgi akışının sunulduğu kullanıcıya, 3.0 ile artık yönlendirici olmak alternatifi sunuldu. Bu da şu demektir ki; bir interaktivite hızla ilerliyor ve bizi

kuşatıyor. Bu kuşatılmışlık kimi zaman kendiliğinden teslimiyet şeklinde kimi zaman da zoraki ve kaçınılmaz olarak bizi içine alıyor.

Hızla ilerleme ve kuşatılmışlık, okuyucunun ya da sosyal medya kullanıcısının alıcı durumuna katkı sunması ve içerik sağlamasıyla alakalı. Hâl böyle olunca da sosyal medya kullanıcısının bir dil oluşturması ya da oluşturulan bir dili artırarak, değiştirerek, dönüştürerek biçimlendirmesi söz konusu oluyor.

Burada, Giddens'in şu saptamasını ele almak istiyorum... Toplumsal değişimi, politik örgütlenme, fiziksel çevre ve kültürel etkenlerin belirlediğini ama burada da en önemli etkiyi iletişim sistemlerinin yapısının oluşturduğunu dile getirir. Eğer iletişim sistemlerinin yapısı toplumsal değişimde önemli ise ve en önemli etki ise, bunu da şöyle izah ediyor...

İletişim sisteminin doğruları ve yanlışları, iletişimi ya da toplumsal değişimi olumlu ya da olumsuz yönde geliştirebilir. Meseleyi bu yönden ele aldığımız zaman, farklı bir nokta ortaya çıkıyor. Az önce etik oturumunda da görüldü. Bir ara gençler, orta yaş falan konuşmuştu bunları! 18. Yüzyıl Fransa'sında da böyle bir şey vardır. Eskilerle yenilerin kavgası yani! Yumruk yumruğa değil, kelimeler aracılığıyla bu kavga...

Sınırları hakikaten çok genişlemiş bir kavga bu. Edebiyatta da Aydınlanma dönemi öncesinde de karşılığını, *'eskilerle yenilerin kavgası'* şeklinde bulmuştur. Orada 'Antikite' (Antikçağ) ile 'Ortaçağ' taraftarları arasında ciddi bir çatışma vardır. Ve şu anda sosyal medyada de benzer bir durum gözlenmektedir.

Konuya *"Ah nerede o eski günler!"* diye yaklaşabilirsiniz ya da doğrudan çok aktif kullanıcılara bakarak *"Bırakın şu eskileri, yeni şeyler söyleyelim!"* türünde bir yorum da yapabilirsiniz! Sonuçta bu zemin bize şu sosyal gerçekliği hatırlatıyor ki, her zaman bir eski ve bir yeni vardır. Ve bugün yeni olan, yarın eski olacaktır.

Peki dil bunun neresinde ve ne kadar bizimle iç içe?

Yine Aristo'nun *'Ethos-Pathos-Logos'* modeline bakarsak; *'Akıl-Duygu-Kişilik'* dediğimiz niteliklerin *'ikna süreci'*nde tesiri olan belirgin özellikler olduğunu görürüz. Bunların hep bir arada bulunması gerekir. Ve bu bir aradalık, konuşmacının ikna

sürecindeki en önemli faktördür. Aristo iknada en önemli etkenlerden birinin, konuşmacının özelliği (durumu, beden dilini diyebiliriz) olduğunu söyler.

Buradan yola çıkarak; sosyal medyada kişinin, içerik sunucunun özelliklerini gerçek anlamda sahiplenebilme noktası irdelenebilir. Yani içeriğe gerçekten vâkıf olabiliyor muyuz? Bu bir sorun olarak karşımızda bulunuyor.

Şunu söylemek istiyorum:

Maskeli bir dünyanın içerisinde yer alan maskeli kişilerle konuşurken, o kişilerin hangi özellikleriyle birebir muhatap olduğumuzu ve Aristo'nun ikna sürecini bağlamında içerik sağlayıcının özelliğini sorgulamalıyız ki bu noktada Aristo'nun ikna etmede en önemli kriter olarak belirlediği 'konuşmacının özelliği' önem kazanıyor.

Bu temel girişten sonra şöyle bir yöntem izleyeceğim.

25'e yakın tespitim ve onlarla birlikte de bazı tahlillerim olacak. Bu noktada sözümü kesip, katkı, eleştiri ve açıklama istemek için araya girebilirsiniz.

Çok detayına inmeden süremi gereği gibi kullanmak için genel başlıklar altında bu tespitlerimi paylaşacağım sizlerle.

Sosyal medyanın dil ve üslubu söz konusu olunca öncelikle ve ivedilikle gözümüzün önüne gelenler şunlardır:

Dilde ciddi değişimler, anlam kaymaları, cümle yapılarında bozukluklar, kelimelerde değişiklikler hâsıl oluyor ve sosyal medyada bu şekilde bir dil kullanılıyor. Bunun üzerine hemen her dilde ciddi olarak yapılmış çalışmalar var. Ve bu, artık biktırıcı hâle de geldi aslında!

Sosyal medyada dilde kısaltmalar, hece düşmeleri, İngilizce etkisi, konuşma dilinin yazılması ve hatta sembollerin, görsellerin işin içerisine girmesi gibi dilin bizatihi kendi yapısında meydana gelen değişiklikler var.

Peki, onun dışında nasıl bir yeni dil oluşuyor?

Bu yeni dil, görsellerin ve göstergelerin egemen olduğu; yapay göstergelerin hakim olduğu bir dil. Bunlar emojiler, avatar dediğimiz görseller. Birisi karakterin ortaya konması, diğeri de duygunun görsel olarak yansıtılması.

Bu yeni dilin yeni bir anlaşma biçimi olduğunu ve gerçekten gençlerin üç beş emoji ile bir iki cümlelik ifadeleri aktardıklarını görüyoruz. Yılda yirmi otuz civarında yerel-bölgesel dilin kaybolduğu, altı bin civarında dilin olduğu ama bunların çok büyük çoğunluğunun yok olmaya yüz tuttuğu gerçeği de karşımızda.

Buna karşın sosyal medyanın içerisinde yeni oluşturmakta olan görsel ve göstergelere dayalı bir dille karşı karşıyayız. Burada da baş döndürücü bir İngilizce etkisi söz konusu oluyor. Bu baş döndürücü İngilizce etkisinin herkesi kuşattığı, bir vaka. Bu kuşatmadan kimin ne kadar uzaklaştığı, kimin ne kadar kendini uzak tutabildiği; ayrı bir oturumun cevabıdır.

Örneğin dilleri için hassasiyetleriyle tanınan Fransızlar'ın 1994'te çıkarttıkları bir yasa; kamu kuruluşlarında, halka açık alanlarda Fransızca'nın yabancı diller karşısındaki kullanımını zarara uğratacak şeylerden uzak tutma amacını taşımaktadır. Fakat gelin görün ki bugün gelinen noktada; Fransızca dâhil hiçbir dil, kendisini bu etkiden uzak tutamamaktadır.

Tabi Fransızca kendini diğer dillere çok çabuk adapte edebilmektedir, maalesef Türkçe için aynı şeyi söylemek mümkün değil. Burada kastımız Türkçenin kendini uyarlama yeteneği değil, aksine bu yeteneğin yeterince ve gerektiği şekilde kullanılamaması durumudur. TDK'nın 'Bilişim Terimleri Sözlüğü'nde çok güzel Türkçe karşılıklar bulunmuş bilişim terimleri olsa da; bu baş döndürücü hıza yetişmekte geç kalıyoruz, karşılık veremiyoruz. Diyebilirsiniz ki, *'İlla karşılık vermek zorunda mıyız?'* Tabi bu sorunun cevabı, sizin dile bakışınızla alakalı. Dili sadece bulunduğunuz ortamda anlaşmanızı sağlayan ve adına kelime/sözcük dediğimiz şeylerden ibaret sanıyorsanız "karşılık bulma, karşılık verme" ifadesini de bu düşünce çerçevesinde değerlendirebilirsiniz. Ancak biz dilin sadece kullanılan kelimelerden ibaret olmadığını, bir dünyanın dışı yansıyan ifadesi olduğunu düşünüyoruz.

Sosyal medya hayatımıza yeni kavramların girmesine sebep oluyor ve bunların da bizatihi günlük davranışlarımızda yer edinmeye başladığını görüyoruz. Örneğin, şu hareket (baş parmak ve işaret parmağıyla dokunmatik ekranları açma, ekranlara komut verme hareketi) çok sıradanlaştı artık!

2002 Yılı'nda bir bildiri sunmuştum ve şöyle bir şey söylemiştim... *"On yıl önce teğir Kızılay'da insanlardan birini el kol hareketleriyle değişik jestler yaparak yürürken*

göürseniz belki ‘deli’ derdiniz ama on yıl sonra, inanın insanlar bunları çok rahat yapacaklardır. Çünkü teknolojik aygıtın insan bedeniyle bütünleşmesinin, insan davranışlarına etkisinin oldukça görülebilir olduğuna tanık olacağız. Örneğin bugün bluetooth kulaklıkları ya da başka tür araçlarla, iletişim teknolojilerinin davranışlarımız üzerindeki etkisini hissederek hâle gelmiş bulunuyoruz. Çok basit bir tespitle, kaldırımlarda cep telefonu ile meşgul olduğu için bakarkör yürüyen insanların birbirleriyle çarpışmalarına tanık oluyoruz. Kısaca bir arada yaşamak şeklinde tanımlayabileceğimiz “sosyalleşme” kavramının da, aynı mekanı paylaştıkları hâlde ayrı mekanlarda yaşayan bireylerin yaşadığı bir biçim ve içerik değiştirdiğiyle karşı karşıyayız.”

Bunun dil üzerindeki etkisi de aynı böyle. Sembollerle konuşulan bir dilin doğduğuna şahitlik ediyoruz. On yıl sonra, işitme engellilerin konuştuğu gibi belki başka diller çıkacak! Başka görsel diller geliştirileceğine hiç kuşku yok, bunu samimiyetle söylüyorum. Neden? Yaşça hepimizden genç olan hocalarım, otuz yıl önce dolma kalemle ve itina ile yazılar yazıldığını ve her kelimenin hakkının verildiği mektupları düşününler! Ve bugün mailleşirken yazılan kısa, çok kısa notları getirin gözünüzün önüne. Kelimelerin hakkını vermek bir yana, uzunluğundan dolayı yuttuğumuz ve değiştirdiğimiz kelimeleri getirin gözünüzün önüne.



Hathaway’ın “Bizler ilk önce binaları şekillendiririz, sonra onlar bizleri şekillendirir!” sözünü hatırlatmak istiyorum. Tasarladığımız bilgisayarların artık bizi şekillendirmeye, dönüştürmeye başladığını rahatlıkla söyleyebiliyorum. Teknolojinin “Araç mesajdır.” sözünden hareketle, aslında teknolojinin bizim bedenimizin uzantısı olduğu gerçeğini kabul etmeliyiz. Hareketlerimizin, düşünce biçimlerimizin, dilimizin de aslında teknolojiyle özdeşleşerek, bütünleşerek, dönüştürerek yeni bir dil hâline geldiğini çok açık görüyoruz.

Şu soruyu soruyorduk hep, “Bu teknoloji bizi nereye götürecektir?” On beş sene öncesine dönelim. Terminatör Filmi’ne bir bakalım.

Döşemenin tekrar üç boyutlu insan hâline geldiğini ve bilgisayar teknolojisinin, makinaların insan hayatına egemen olduğunu düşünün. “Bu teknoloji bizi ne hâle getirecek?” sorusunu düşünürken; ‘bizi’ kelimesini kaldırıp oraya ‘dili’ kelimesini koyun. “Dili nereye götürüyor, ne hâle getirecek?” diye sorun. Öyle ya da böyle, zamanın her şeyi değiştirdiğini; bu değişimden dilin de uzak kalamayacağını bilmemiz gerekiyor.

Oxford Sözlüğü 2015 Yılı’nda ‘emoji’ kelimesini yılın kelimesi olarak tespit ediyor. Oxford’un bu konudaki ciddiyeti, dilin gelişimi açısından geri kalmadığının göstergesidir. Burada ‘emoji’ dediğimiz, duyguları düşünceleri ifade etme biçimini ‘Evrensel Kod Konsorsiyum’ diye bir STK’nın üstlendiği; bu sene itibarıyla başörtülü ve sakallı emojielerin de kullanılmaya başlanacağı bir gerçek.

Tabi sakallı ya da örtülü bir emojiyle, kültürler arası farklılıkları gözeterek vereceğiniz mesajı düşünmelisiniz! Bir sakallı 11 Eylül’den sonra ABD’li için ne ifade ediyor? Kültürler arası farklılıkları düşündüğümüzde, sizin inanç özgürlüğüyle alakalı olarak vermek istediğiniz bir mesaj; bakalım başkası tarafından aynı şekilde anlaşılacak mı? Dolayısıyla bu adımın algıyı nasıl oluşturacağı da, ayrı bir sorun olarak karşımıza çıkacaktır.

İslamofobi içeren davranışlarda bir başkası için mukaddes değer taşıyan mesajlar, başkası için tam tersi olabilir! Hatta bir başkası için savaş gerekçesi bile olabilir! Dolayısıyla üslup çok önemli.

Sosyal medyada kullandığımız dilin bize yansıyan davranış biçimlerini oluşturduğunu gözlemliyoruz ve bu davranış biçimlerinin de olumlu ya da olumsuz olanlarına tanıklık ediyoruz. Sorularla bunları açarız ama ilginç bir şey var; araya sıkıştırıyım.

Fakültedeki odam, gençlerin yemekten sonra çay-sigara içtikleri teras gibi bir yere bakıyor. Sigara-çay içmeye gelen gençlerin hemen hepsi selfie çekiyorlar, ama ben hiçbir selfie çekenin normal hâlde çektiğini görmüyorum. Burası müthiş bir laboratuvar benim için! Herkes son derece cici ve gülerken fotoğraf çekiyor. Yani üretilmiş bir tgerçekliği kendiliklerinden oluşturuyorlar. Ama hayatın gerçeği öyle değil!

Bir paralel dünya oluşturuyoruz ve paralel dünyanın kendi dilini, yaşam biçimlerini var ediyoruz. Burada olumlulukları veya olumsuzlukları hissetmek, kullanıcı olarak da akademisyen olarak da ısrarla üzerinde durmamız gereken şey!

Size, yakınlarda yapılmış bir çalışmadan bahsedeceğim. Sosyal medya kullanımında narsisim eğilimini, üniversitede okuyan on dört bin kişi içerisinde yapılan çalışmada analiz etmişler. Ve sosyal medyanın, narsist davranışlara yönelttiğini söylüyorlar.

Normal hâlde hiç öyle olmayan birisinin, selfie ya da özçekim yaparken farklı bir kişilik kimliğine büründüğüne çok yakından tanıklık ediyorum. İletişimci hocalarımız bilirler! Daha doğrusu öğretmenlik formasyonu içerisinde bulunan herkes bilir ki; beden dili, iletilen mesajların % 60 gibi bir ağırlığına sahiptir. Bunun için konuşmalarımıza göz ifadesi, jest, ses tonu, mimik katıyoruz. Ama sosyal medyada bu etkiden uzaktayız. Bu etkiden uzaklığımız, sosyal medyaya olumsuzluk getiriyor demiyorum; realiteyi söylüyorum.

Öbür taraftan da mesajlarımızı görsellerle desteklemek gibi bir zenginliği de var bu ortamın! Sosyal medyada paylaşılan iletilerin, bu tarz bir ayrıcalığı söz konusu. İlginçtir ki, birine ait bir söz o kadar paylaşıyor ki; çoğu zaman işin tadı kaçıyor. Bazı arkadaşlar tanıklık etmişlerdir belki; iş, Mevlânâ'nın bile "Yeter artık ya! Benden paylaşım yapmayın!" diyebileceği bir ortama doğru gidiyor! Dolayısıyla hayatını aforizmalarla şekillendiren sosyal medya kullanıcılarının, gerçek hayatta bunu nasıl değerlendirebildikleri noktası oldukça şüpheli! Çünkü gerçek hayatta paylaştığı aforizmayla örtüşen hiçbir olumlu davranışı olmayan kişinin aforizmalarına baktığım zaman, karşımda bir meleğin olmasını bekliyorum. Ama adam melek değil şeytan! Her türlü gösterge anlamın birer taşıyıcısı olurken, anlamın birer daraltıcısı da oluyor aynı zamanda. Dolayısıyla ben bu noktada olumsuz değerlendirmelere sahibim.

Diyelim ki her sosyal medya mecrâsının kendine ait bir dil ve üslup oluşturma yeteneği var. Twitter'da yüz kırk harf ile sınırlandırılıyorsunuz! Yani meramınızı yüz kırk karakter ile anlatacak kadar yeteneklisiniz! Facebook ise sınırsızdır ve yazma yeteneğinizi daha çok geliştirip sunabilirsiniz. Ve doğrudan kitap bastığınızda eleştiri size bir ay sonra döneceğine anlık dönüşler olur. Bunlar da besleyici şeylerdir.

Nitekim Zürih'te yapılan bir çalışmada sosyal medyanın dili bozduğuna dair söylemlerin birer mit olduğu, pek paylaşılmadığı söyleniyordu. Gençlerin anlık mesajlarla çok değişik anlaşma biçimleri oluşturduğu, bunun da çocukların dil kullanımını geliştirdiği ifade ediliyordu.

Ve bir şey daha var! Belki bir olumsuzluk. Yazılı dildeki kimi görsel ya da göstergelerin sözlü dile de transferi söz konusu oluyor. Tabi sözlü dilin gerçek hayatta çok daha geniş bir alanı var, çünkü yüz yüze iletişim söz konusu. Dolayısıyla yazılı dilden sözlü dile transfer olduğu zaman daralmanın söz konusu olduğu, aynı sosyal medya mecrâlarındaki geniş anlamların daraltıldığı dile getiriliyor.

Sosyal medyanın dili noktasında şu da var ki; bu alanın kendine ait kavramlarını maalesef olduğu şekliyle kabul ettiğimiz için artık sıradanlaşıyor ve günlük hayata yerleşiyor. Hatta bırakın karşılık bulmayı, üretmeyi ya da onu kendi dilimizle ifade etmeyi; artık o bizim dilimizin bir parçası oluyor.

Burada şu sakınca var ki her zaman kabul ettiğiniz, konuştuğunuz dil; sizin zihinsel, kültürel davranışlarınızın yansıması oluyor. TDK ya da gönüllü kuruluşlar bu noktada bir şeyler yapmalı. "*Her kelimenin bir karşılığını bulalım.*" demiyorum ama, 'bilgisayar' gibi güzel bir kelime üreten Türkçe; bazı kelimelere de çok daha güzel karşılıklar koyabilir. Yani kendi kültürel kodlarıyla konuya yaklaşabilir.

'Hashtag' kelimesine Fransızlar hemen 'modies' diyebiliyorlar; ama biz 'hashtag' demeye devam ediyoruz. Sorun şurada çıkıyor karşımıza! Kelimeyi nasıl yazacağız? 'Heşteg' diye mi, 'Hashtag' diye mi?

Bununla ilgili sık sık dillendirdiğim bir örneğin vardır. Yurtdışında Türkçe dersi verirken bir örnek yazdım! "*AVM'ye girdim, bilgisayar için bir CD aldım.*" cümlesini yazdım ama oraya CD dedim.

Öğrenci uyanık tabi! "*Mösyö, siz Türkçe'nin yazıldığı gibi okunduğu bir dil olduğunu söylüyordunuz; ama 'sidi' dediniz, 'CD' yazdınız!*" dediler. Hadi buyurun izah edin! TDK'da belli kurallar var ama bunu bilmiyorsanız her zaman bu çıkmaza düşebilirsiniz.

Sosyal medyanın kendi dilini oluşturmamasının gerekçesi olarak birtakım sayılarım var ve onları vererek bitirmek istiyorum...

2016 rakamlarına göre; dünya ölçeğinde % 37 ağırlığa sahip bir sosyal medya kullanıcısı var. Türkiye’de aşağı yukarı 3 saat 1 dakika günlük girişle ve % 58 civarında bir sosyal medya kullanımı var. En fazla You Tube ve Facebook var. % 56-57’lerde yani nüfusun % 60’na tekabül eden 42 milyonluk bir sosyal medya kullanıcısı var.

Böyle bir dünyadan bahsediyoruz ve bu dünyanın kendi dilini oluştururken bizim kullandığımız dilin alanını daraltması da kaçınılmaz. Hatta bozması! Ama bunun kesinlikle değiştiğini görüyoruz. Ayrıca yeni yazma ve anlatma ortamları oluşturduğu için de ihmal edilemez bir yönü var.

Teşekkür ediyorum...

Prof. Dr. Necat BİRİNCİ:

(İAÜ Edebiyat Fakültesi Öğretim Üyesi)

Teknoloji dili ne hâlde ve dilimizi ne hâle getiriyor, bunları konuşmak durumundayız. Zira zaman her şeyi değiştiriyor. Evrensel kodların dili, bir ‘Esperanto’ oluşturma meselesi gibi hususlar üzerinde konuşmak istiyorum.

Dil, gerçekten canlı bir süreç! Yani toplumda yaşayan insanlardan daha canlı. Nihayet hepimizin bir ömrü var. En çok yaşayanlardan, 157 yaşında bir Zaro Ağa vardı Siirtli! Türk tarihinde ondan daha fazla yaşayan yok. Dilimiz Türkçe için söyleyecek olursak, Türkçe dünyanın oldukça eski dillerinden. Hele Avrupa’daki dillerin hepsinden eski!

Türkçe ile yarışacak olan Latince’dir, Çince’dir. Ya da Fars dili, Arapça ve Eski Yunanca’dır. Yoksa eskilik açısından İngilizce ve Fransızca yarışamaz. İngilizce 11-12. Yüzyıl’da dünyaya geliyor, Fransızca ise 6. Yüzyıl’da! Tabii Türkçe çok önemli merhaleler geçirdi ve Türklüğü de taşıdı.



Sn. Prof. Dr. Necat BİRİNCİ’nin Konuşması

Zamanımıza geliyorum... Sayın konuşmacımız, Fransa’nın 1994’te çıkardığı ‘Fransızca’yı Koruma Yasası’ndan bahsettiler. O dönemde TDK da böyle bir yasaya heves etti. Basında da çok tartışıldı! O dönem bendeniz, dillerin yasalarla korunamayacağı konusu savundum ve hâlâ onu savunuyorum. Fakat Meclis’te kadük oldu bu konu. Meclis benimsemedi ve bilerek görüşmedi.

Bakınız! Bugün bir ‘Esperanto Dili’, bir bilgisayar dili, bir sosyal medya dili doğuyor. Bu eskiden de vardı. Mesela Ahmet Mithat Efendi’nin romanlarını alın; aşkın, ayrılığın, ölümün, sevginin, nefretin sembollerini kelimeler düzeyinde göreceksiniz! Keşke bunu kullananlar bizim kültürümüzde, işe bu zenginliği bilerek yaklaşılsalar. O zaman daha bize ait olacak ve bizim eksikliğimiz bu. Kendi dilimizi, kültürümüzü yeterince kavrayamadığımız için sıkıntı yaşıyoruz. Ki Ahmet Mithat, tam bir ansiklopedisttir. 19. Yüzyıl’ın bir Türk ansiklopedisi yapılacaktır ve Ahmet Mithat Efendi bunun ansiklopedistidir. Tercüman-ı Hakikat gazetesi o kadar mebzul malzeme veriyor ki! Onun için buradaki bu objelerin dili konusu, hiç de yeni bir şey değil. Yani bu noktayı ortaya atmayalım, bundan korkmayalım.

İkincisi, selfie fotoğrafı ve yeni bir imaj meselesi. Arkadaşlar, burada sanırım hepimiz evliyiz. Nikah resmimizdeki kişi, acaba biz miyiz? Nişandaki biz miyiz? Yani, selfie çekerken de aynı şey oluyor! Tabii ki gülecek, tabii ki komiklik yapacak! Bunlar yeni şeyler değil ki! Bundan korkmayalım.

Korkumuz tektir. O da, Türkçe’nin öğretimi meselesinde esas kültür dilini kaybetmektir. Tanpınar’ın söylediği gibi! “Dilini kaybeden, her şeyini kaybeder.” Din de

dâhil buna. Din de dil ile yaşıyor çünkü! O yüzden bendeniz ümitsiz değilim, ümitvârim. Yeter ki biz okuma alışkanlığını medya dilinin yanında kullanalım!

Bunun için de lise müfredat programına önemli iş düşüyor. Bütün bunları konuşan hocanın bu medya dilini asla kullanmadığını; reddettiğinden değil, beceremediğinden kullanmadığını da itiraf edeyim. Ben acemisiyim ve kullanamıyorum kısaltmaları! Fakat bundan da korkmayalım.

Aforizma paylaşımlarına da Yunus Emre, Mevlânâ, Aristo, Sokrates, belki Hacı Bayram-ı Velî de giriyor. Bu isimler çocuklara, gençlere ve medya dilini kullananlara hiç duymadıkları, ilk defa karşılaştıkları, ihtiyaç duydukları, ruhlarını aydınlatacak, ışık bulabilecekleri sembollerle yaklaşmış oluyor belki! Onlarla keşke ortak bir kültür oluştursaydı. Dolayısıyla Yunus Emre'nin biktırdığı, Mevlânâ'nın gınâ getirdiği noktaya katılmak mümkün değil. Mevlânâ ve Yunus, amaçladıkları yere oturuyor kanaatime göre.



Sn. Prof. Dr. Necat BİRİNCİ

Sonuç olarak, her mecrâ zamanla kendi dilini oluşturacaktır. Ve yirmi sene sonra bir başka dil olacaktır. Onun için endişe etmeye gerek yok. Ama bilim adamlarının durumu tespit etmesi de gerekir elbet!

En çok yakınmamız gereken şey, 'medya dilinin yanlış kullanılması' meselesidir. Ses, cümle, kelime düzeyinde yanlış yoksa; varsın semboller kullanılsın! Hepimiz

sembollerle konuşuyoruz ve 21. Yüzyıl'ın dünyası semboller dünyası olacaktır. Tıpkı 11. Yüzyıl'daki Melâmîler gibi onlar da sembollerle konuştular. Bundan korkmayalım.

Ayrıca Türkçe, okunduğu gibi yazılan ve yazıldığı gibi okunan bir dil değildir. Bugüne kadar bu yanlış, bu milletin önüne getirilmiştir. Bu bize öğretilen bir yanıştır. Türkçe okunduğu gibi yazılmıyor, yazıldığı gibi de okunmuyor. Türkçe öğretilmelidir. Türkçe'nin yanlışlığı buradadır! Öğrencilerimize tek tek kelimeleri öğretmemiz lazım. Teşekkür ediyorum...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: Benim de takıldığım bir nokta var. Yeni buluşların orijinal dili, kendini başkalarına zorla kabul ettiriyor. Bunu kaldırıp da bizim târihî kelimelerimizi onların yerine koymak hangi mekanizma ile mümkün olur, onun üzerinde de fikir beyan etmek lazım...

Prof. Dr. Kâzım YETİŞ:

(İAÜ Edebiyat Fakültesi Türk Dili ve Edebiyatı Bölüm Bşk.)

Ben meseleyi biraz geçmişten almak istiyorum. Sabahki konuşmalardan hareket ederek birkaç şey hatırlatmakta fayda var. Şairlerimiz ve yazarlarımız da eskiden birtakım şeyleri kapalı, dolaylı anlatırlardı ve elbette başlangıçta yazmalar vardı. Batı'da icrâ edildikten 240 sene sonra Türkçe eserler İstanbul'da basılmaya başladı ve kitaplar yaygınlaştı. Mesela 'Hamam Nameler' vardı! Hatta Nedim'in bir beyiti var, ben şimdi burada edep ederim okuyamam. Mehmet Rifat, "Bu beyit ders kitaplarına alınmamalıdır." diyor. Yani bu, eskiden beri edebiyatta var olan bir durum. Hatta insanlar yapamadıkları veya yapmak isteyip de beceremediklerini romanlarda anlatırlar; romana sığınır. Sosyal medyayı o kadar büyütmeyin, eskiden de vardı.



TARMER Dâimî Danışma Kurulu Üyeleri
Sn. Prof. Dr. Mahmut ARSLAN ve Sn. Prof. Dr. Kâzım YETİŞ

Çok canlı bir örnek vereceğim! Ahmet Hamdi Tanpınar eserleriyle mükemmel bir yazar; ama günlüklerine baktığınız zaman, çok değer verdiğimiz hocalarımız “Ben Ahmet Hamdi Tanpınar’dan soğudum.” dediler. O da bir çeşit bizim şimdi burada yaptığımız toplantının esas konusu olan sosyal medya gibi bir şeydi. Kendi kendine konuştu Tanpınar ve “Tanpınar bu muymuş?” dedik. Yani bunlar, her dönemde olabilecek hususlar...

Hatta şunu söyleyeyim, Freud bütün sistemini Dostoyevski’nin romanlarına dayandırır. Bu yeni bir hadise değil. O zaman ‘sosyal medya ve etik’ meselesinde dikkat edeceğimiz durum şudur ki, bunun biraz oturmasını bekleyeceğiz. Çevremize, yakınlarımıza, tanıdıklarımıza biraz edepli olmayı telkin etmeye çalışacağız.

Bu girişi yaptıktan sonra, dil ve üslup meselesine girmek istiyorum...

Dil değişiyor, Necat Bey haklı. Ama burada farklı bir değişim var. Hacı İbrahim Efendi ‘Hadikat’ül Beyan’ diye bir kitap yazdı. Anlamak mümkün değil, demir leblebi! Sonra tartışmalara girdi ve konuşmaya, yazmaya başladı. O eski Hacı İbrahim Efendi yok. Yani kendiliğinden değişti durum ve bu da oturacak. Bir geçiş dönemidir bu...

Bu toplantıda konuşan arkadaşlarımızla, bazı konularda insanları telkin edebiliriz. “Bu böyle olmaz. Türkçe böyle değildir.” deriz ve özellikle Türkçe’yi öğretmenin yollarını ararız. İşaret diliyle, sembol her zaman vardır ama; çıkırından çıkacak şekilde değil elbet! Türkçe çok güçlü bir dildir ve pek çok şeyi atmış, Reşat

Nuri’nin dilinde mükemmel bir noktaya gelmiş. O Türkçe’ye töhmet ediyorlar, “Atatürk bunu bozdu.” diyorlar. Hayır, Atatürk’ün döneminde yine yazıyorlardı. Tanpınar yine yazıyordu. Türkçe bir şekilde devam etti. Dolayısıyla çok korkmayalım. Ama bu demek değil ki, hiç tepki göstermeyelim! Onu demek istemiyorum.

Burada belki şöyle bir şey yapabiliriz. STK’lar kendileri için siteler açarlar, doğru bilgileri ulaştırırlar. Mesela Diyanet’in sitesine girdiğiniz zaman doğru bilgileri oradan alırsınız. Falan cemaatin sitesinden değil, oradan alırsınız! STK’lar birtakım siteler kurarlar, doğru bilgiyi oradan aktarırlar ve bu da bir hizmet olur. Yoksa o insanlar hep konuşacaktır. Ne kadar etkili olur, bilemiyorum tabi. Onu zaman gösterecek.

Sözü uzatmak istemiyorum. Evet, dil iletişim aracıdır. bugünkü iletişim noktasının çok zayıf olması, dağınık olması, çökük olması, düşük olması; bizim okullarda Türkçe’yi öğretmememizden kaynaklanıyor. Eğitim meselesidir bu. Ve bunu sanırım en iyi biz belirliyoruz. İddia ederek söyleyebilirim.

Bazı okullara, bazı bölümlere giden öğrenciler özel bir gayret sarf ediyorlar; ama öğrenciler özel bir gayret göstermeden bizim bölümlere geliyorlar. Dolayısıyla bu durum, tam da ‘Millî Eğitim’in seviyesini gösteriyor! Ve her sene bu çocukların dil bakımından büyük bir irtifa kaybettiğini görüyoruz. Bu, okullarda halledilecek bir meseledir. Teşekkür ediyorum...

Prof. Dr. Aliye MAVİLİ AKTAŞ:

(Sosyal Psikoloji Uzmanı - Biruni Üniversitesi Öğr. Üyesi)

Ben, ‘Umutlarımı ve sevgimi kaybettiğim zaman çalışamam!’ dedim hep ve sonunda da emekliliğimi istedim. Öğrencilerime çok düşkünüm, kör aşığım. Fakat sosyal medyada olanlar karşısında da pek çok çaresizlik hissediyorum. Sabahki konuşmalarımızda da irdelendi, gençlerin ona verdikleri anlam çok ilginç.

Şöyle bir sıkıntımız var. Ayna nöronlar, insan zihninin ve duygusal yapısının işleyişini çok ciddi etkiliyor. Sanal âlemden chat’leşen, haberleşen bireyler olarak; sanki hepimiz kötüye, anlık oluşan duygulara ve çabucak tüketilen malzemeye kapılmışız gibi hissediyorum. Evet, sanal âlemden her şey çok çabuk alınıyor, paylaşıyor ve hemen

tüketiliyor. Ama şöyle bir şey de olabilir! Öğrenmeyi sevdirmeye aklıyla üniversitede vazife yapan bir hoca, “Arkadaşlar, bir öğrenin bakalım; Cemil Meriç ‘Bu Ülke’de ne yazmış? Erol Güngör ne demiş? Yunus şu konuya nasıl bakmış?” diyerek orada yerleşirse; çocuklar kendi kültür birikimlerine yaklaşırlar. Her sağlıklı bireyin ahlâki ve fiziksel gelişimi, cinsel gelişimi kadar normaldir. Sadece % 1’lik ya da % 0,5’lik bir oranda bulunan sosyopatik ve psikopatik kişilik bozukluklarında ahlâk gelişimi dumura uğramıştır. Onun dışında sanal âlemdeki bütün bir gruba ‘Ahlâk gelişimi zayıf!’ diyemeyiz.

Duygu, düşünce, davranış üçlemesindeki uyum; sağlıklı bireyselliği ifade eder. Sanal âlemde bu uyum, bu pekiştirme, insanın duygusal alanı; birdenbire ortaya çıkarır.

Çok sağlıklı insanlar birdenbire canı olur! Biz bunları tanıyoruz şu anda. Şiddetle uğraşırken, bunların yüküyle mücadele ediyorum çünkü. Çok sağlıklı bir profesör, bir de bakıyorsunuz ki iki çocuğunu ve karısını öldürmüş! Ardından da intihar ediyor. Öfkeyi kontrol edememe durumu, duygu durumunun kontrol edilememesi, nasıl bir grup ergeni intihara götürüyorsa; yetişkinlerde de benzer bir sorun olabiliyor. O zaman sanal âlemi hep öfke, kavga tarzı işlere alet edersek; olgunlaşmasını beceremeyen, kendi dünyasında kaybolup giden ya da savrulan yetişkinlere kapı açarız.



Sn. Prof. Dr. Aliye MAVİLİ AKTAŞ

Sonuç olarak gençlerimizle sağlıklı bir dille konuşup da sanal âlemin etik kodlarını ahlâki bireyselliğe döndürebilir isek; benim ülkem de evrensel bütünlüğe kendi kültürünün olgun bir mecrâsını oluşturacak diye düşünüyorum. Ama bu çok kolay da değil elbet. Uyumlu bireysellikte de bu vardır. Duygu, düşünce ve davranış üçgeninin

bütün köşelerinin bir araya geldiği çok nadir durumlar vardır. Olgun insan dediğimiz en tepedeki hâl, insan ölürken bile değişir ve büyümeye devam eder. Onun için de bu konuda ümidim var. Bu sahayı çok boş bırakmamalıyız. İntihar etmek üzere kaset doldurup, çeşitli grupları hareketi geçirip “Ben de ölmek istiyorum!” diyerek çocuklarımızın yok olmasına izin verecek kadar duyarsız olamayız. Saygılar sunuyor, teşekkür ediyorum...

Doç. Dr. Deniz YENĞİN:

(İAÜ - Yeni Medya Uygulama ve Araştırma Merkezi Müdürü)

Birincisi, derslerimizde biz öncelikli olarak iletişimin tanımını yaparız. TDK’nın kendini güncelleyememesi, sürekli teknolojik yeniliklerle birlikte yeni terminolojilerle karşılaşmamız gibi sebeplerden dolayı maalesef kelimeleri güncelleyemiyor; bu teknolojik hızla yetişemiyoruz. Böyle bir sorununuz var.



Sn. Doç. Dr. Deniz YENĞİN’in Konuşması

İletişim, 1970’li yıllara kadar ‘haberleşme’ kavramı olarak kullanılıyordu. Bunu hepimiz biliyoruz ama buradaki esas önemli nokta, teknolojinin gelişmesiyle birlikte biz iletişimciler için önemli olan iletişim süreci! Bu iletişim sürecinde kaynak, hedef, ileti, iletiyi aktaran kanal gibi kavramlardan bahsederiz. Dolayısıyla ‘kanal’ kendini teknolojik

anlamda sürekli yenilediği için; 1970'lerden sonra özellikle iletişim ya da haberleşme kavramının yeterli gelmemesiyle birlikte bunu yenilemiş bulunduk.

Özellikle şurayı vurgulamak istiyorum; biz medyayı ne olarak ifade ediyoruz? Medyanın esası, iletişim ortamı! Peki bu iletişim ortamını 'yeni' sıfatıyla birleştirdiğimiz zaman ne oluyor? 'Yeni' sıfatını ortaya koyabilmemiz için, hangi özelliklerin yer alması gerekiyor?

Birincisi 'dijitallik' olgusu, ikincisi 'modüler bir yapı', üçüncüsü çokça konuşulan 'sanallık' olgusu, bir diğeri de 'etkileşimlilik' özelliği. Bunların hepsi kullanılıyor ama kavram ya da terim, terminolojik olarak tartışılmıyor. Bunun altını önemle çizmeliyiz...

İkincisi, kendi çalışmalarımın örnek vermek istiyorum. Ali Saydam Hocam güzel bir örnekleme yaptı ve *"Zaman her şeyi değiştirir!"* dedi. Buna katılıyoruz, çünkü zaman her şeyi değiştiriyor.

2008 Yılı'nda doktora tezimde video konsol oyunlar üzerinde bir araştırma yaparken, farklı noktaları gördüm. Yedi sene geçmiş üzerinden! Sadece sanal gerçeklik ve teknolojiler üzerine araştırmalar geliştirmeye başladık. Dolayısıyla da teknik olarak teknoloji olgusunu maalesef yakalayamıyoruz, çok hızlı ilerliyor. Ve bu hızla ilerlemeye de devam edecek.

Bu bağlamda buna benzer bir çalışma yapıldı. Doçentlik çalışmam, dokunmatik toplum ve yeni medya üzerine bir çalışma idi. Orada incelediğimiz, Nokia'nın kendisinin üretmiş olduğu bir N serisi vardı; fakat insanlar bu teknolojiye adapte olamadı. Neden? Kullanımının kolay olmaması ve insanların gerçekten o ürüne karşı bir aidiyet tutkusu yaşamamasından dolayı tercih edilmedi. 3G ile birlikte iPhone ya da Apple ürünlerinin *"Tut, sürük, bırak!"* kültüründe olmuş olması, dolayısıyla da bilgi; çok önemli. Birey için buradaki bilgi son derece kıymetli. Biz ona 'teknolojilerin, yeniliklerin yayılması' diyoruz. Bilgi, ikna, kullanım, onaylama gibi durumların gerçekleşmesi; bireylerin o ürünü, aracı, kanalı kullanıp kullanmamalarında önemli bir rol oynayabiliyor.

Necat Hocam çok güzel bir şey söyledi, *"Medya, yanlış bir dil kullanıyor."* dedi. Evet bu doğru, çünkü medyanın diliyle ilgili bir eğitim yok maalesef! Biz Türkçe öğretiyoruz, İngilizce öğretiyoruz; hatta ve hatta bilgisayarda bile bir dil var. HTML diyoruz örneğin!

Dolayısıyla insanlar bu dili öğrenerek ilgili kodlamaları yapabiliyorlar. Ama medya ile ilgili bir dil yok! Fakat medya ile ilgili şöyle bir dil oluşuyor; burası önemli.

Bizim geleneksel, kültürel bir yapımız var. Ve bu kültürdeki kodları alıp, bu kodlarla küresel kodları birleştiriyoruz. Burada hibrit bir yapı ortaya çıkıyor, dolayısıyla burada yaşadığımız sorun belki de bu. Kullanıcılar, bu deneyime sahip olan bireyler; kullanmış oldukları mecrâda o uygulamayı gerçekleştirdikleri için, bizler hiçbir şekilde onlara dokunamıyoruz. Dolayısıyla bu şekilde bir dil oluşmuş oluyor. Bununla ilgili üç tane çözüm önerisi sunacağım...

İki tane önemli örnek var. Bir tanesi bir buçuk ay önce Microsoft'un açıklamış olduğu güzel bir çalışma. Dijital Nezaket Endeksi adlı bu çalışmayı, içinde Türkiye'nin de bulunduğu 14 farklı ülkede gerçekleştirmişler. Bu çalışmada özellikle dört hususa değiniyorlar...

- *Herkese hassasiyetli ve saygılı davranacağım.*
- *Farklılıklara saygı duymayalım.*
- *Cevap vermeden önce kesinlikle düşünmeliyim.*
- *Kendimi nasıl savunuyorsam başkalarını da o şekilde savunmayalım.*
- *Empati kurabilmeliyim.*

Dolayısıyla Microsoft bununla ilgili dünyada dijital hassasiyet, nezaket endeksi çıkararak farklı bir açılım yapmış. Sonuçta ne kadar insanın birbiriyle iletişimde olduğunu ve ne kadar çok problemin bulunduğunu ortaya koyuyor.

Örneğin Türkiye'de de insanların birbirlerine çok ciddi tepkileri oldu ve bunun şu anki adı *'Dijital Zorbalık'* olarak telaffuz ediliyor. Yüksek lisans ve doktora çalışmalarında bunlar üzerine araştırmalar yapılıyor ve bunun en çok da intihar boyutu inceleniyor. 10 ve 18 yaş aralığındaki grubun dijital ortamdaki aidiyet duygusu ve çevresinden almış oldukları tepki ya da aşağılanma duygularıyla birlikte bu eylemlere kalkışması söz konusu olabiliyor. Bunları engelleyebilmek için de bazı önlemler almak gerektir.

İkinci bir husus olarak da, Çin örneğini verebiliriz. Dünyada Twitter kullanılıyor, ama Çin'de başka bir uygulama mevcut. 'Weybo' adında devletin yönettiği, insanlara 'Bunu kullanacaksınız!' denilen bir mikroblog var. Bu mikroblogda da şöyle bir özellik

söz konusu! 1 milyar 200 milyon insanın olduğu Çin'de, 400 milyon Weybo kullanıcısı var ve bu 400 milyon kişi bu alanı 2012 Yılı'nda gerçek kimlikleriyle kullanmaya başladı. Zira sistem onları buna zorladı. Anonim bir kimlik Çin'de yer almıyor ve bence bu önemli bir örnek. Daha doğrusu bizim de uygulamamız gereken bir durum.

Sonuç itibarıyla biz hep iki tane kimlikten bahsediyoruz. Bir tanesi bizi gerçek anlamda ifade eden kimliğimiz, diğeri de sanal-dijital kimliğimiz. Maalesef dijital kimliklerimiz iki üç olabiliyor. Dolayısıyla bunlar için de bir kültür oluşturmamız gerekecektir diye düşünüyorum.

Ayrıca üç tane önemli önerim var... Mikro olarak baktığımızda kesinlikle üniversite eğitimlerinde ya da ortaokul seviyelerinde bunlarla ilgili açıklayıcı bir medya dili eğitiminin olması gerekli! Bunu bir şekilde müfredatlara koymanın zarûreti ortada.

Bir diğeri ise; bizim fiziksel olarak kullandığımız kimliğin, T.C. numaralarımızın olduğu kimliklerin, e-devletin olduğu bir ortamda dijital kimliklerimizle örtüşmesi meselesi! Bu eşleştirmenin zorunlu olması, bence mikro anlamda önemli bir öneri olacaktır.

Bunun dışında bir makro gelişme de şu olabilir ki; yeni medya uzmanlarına ihtiyacımız var. Şu anda buna 'yeni medya' diyoruz ama dünya bunu kullandığı için böyle diyoruz. Belki ileride bu 'dijital medya' olacak. Bugün yeni dediğimizi on sene sonra eski olarak ifade ediyoruz. Dolayısıyla bu da teknolojinin bize dayatmış olduğu bir durum.

Yeni medya bölümlerinin artması, yeni medya alanında uzmanların yetişmesi, sosyal medya uzmanlarının gelişmesiyle birlikte bence bu problemler minimize edilecektir. Çünkü Yasin Bey'in de anlattığı bir örnek vardı. Kendi oğlu iki yaşında ve tamamıyla bu söylediğimiz teknolojilerle bütünleşik doğdu, bununla yaşıyor. Said Bey'in vermiş olduğu bir misal de vardı hatta! Bizler şu anda dijital göçmenleriz, ama biz dijital göçmen olarak dijital yerlilere nasıl yardımcı olmalıyız? Deneyimlerimiz, tecrübelerimiz var; ama zaman çok hızlı ilerlediğimiz için birazcık daha hızlı olmakta fayda var diye düşünüyorum.

Teşekkür ederim...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: Şimdi, Dr. Yalçın Koçak Hocamız konuşacaklar...

Dr. Yalçın KOÇAK:

(Sosyal Araştırmacı – Eğitimci)

Ali Büyükaslan Hocamıza teşekkür ediyoruz, farklı bir pencere açtı doğrusu...

Geçenlerde berber koltuğuna oturdum. Ama gençlerin oturduğu koltuklara! Ve berber koltuklarında iki tane değişim gözlemledim. Koltuklara şarj aletleri konmuş! Telefonunuzu takıyor ve orada şarj ediyorsunuz. Her türlü şarj kablosu var.

Ayrıca daha çok komiğime giden şu oldu ki, boyunlara takılan berber örtüsünün ortasında farklı bir şey oluşturulmuş! Örtülerin tam göbeğinize gelen kısmında bir jelatin var. "Oğlum bu ne!" dedim, "İnsanlar örtünün altından mesajlaşsın diye yapıldı." cümlesini duyunca da şaşırdım! Gerçekten ilginç ve ben daha yeni gördüm.



Şimdi ben buradan ne çıkarıyorum?

Dediğim gibi, sokaktan geldik ve akademiye dahil olduk. Kültürel çalışmaları çok seven biriyim ve dünyayı geziyorum. Ancak daha dünya buraya gelmedi! Ben dünyada berber koltuğunda şarj adaptörü görmedim henüz! Biz oldukça ilerideyiz maşallah!

Demek ki toplumumuz, büyük bir siber saldırı altında. Geçen hafta vakfımızda bu siber saldırıyı konuştuk. Ama maneviyatçı hocalarım, siber saldırı sadece bankalardaki para kasalarımıza yönelik değil! Şu bedeninin üstünde taşıdığımız kafalarımız da siber saldırı altında.

Biz teknik mânâdaki o siber saldırıdan vazgeçtik de, gençleri bu asıl saldırıdan nasıl koruyacağız? Telefonumda bir mesaj var. "Fuhuş ve uyuşturucu yaşı 12'ye düştü." diyor.

Bu Steve Jobs denilen adam, ölmeden önce ne söyledi biliyor musunuz? Adam “*Ben mutlu olamadan öldüm.*” diyor. “*Çok şey kazandım, ama mutluluğu görmedim.*” diyor.

Himalayalar’da yaşamış, bizim eski kavimlerimizden insanların mezar taşlarında; “*Bu adam 260 gün yaşadı.*” diyor. Oysaki ölüm yaşı 90, ama “*100-300 gün yaşadı.*” diyor. Neymiş bu yaş günleri hocam? O sayı, bu insanların mutlu yaşadığı gün sayısıymış! “*Ben 300 gün mutlu yaşadım.*” diyenin mezar taşında, “*Bu adam 300 gün mutlu yaşadı.*” yazıyormuş. Bakıyorsunuz ki, 90 yıl yaşamak önemli değil. O 300 mutlu günü yaşamak önemli! Çok önemli geleneklerimiz var yani bizim. Sonuç olarak ya inandığımız gibi yaşayacağız ya da yaşadığımızı inanacağız...

Bilgisayar dünyasını açtığınız zaman; çeşitli ikonlardan oluşan, ibadethanevârî tabirler gelişmeye başladığını görüyorsunuz. İkonlar mikonlar bilmem neler! Google’a artık ‘amca’ diyorlar mesela! Yarın bir gün ‘elçi’ derler, öbür gün ‘peygamber’ derler! Tehlikeli bir yere gidiyoruz, vesselam.

Sanal bir âlem ortaya çıktı. Artık modernite de yerinde durmuyor, ahlâk kâideleri de yerinde durmuyor. Biz neyin etiğini tespit edeceğiz? Biz geç kalmışız açıkçası! Zira biz bu etiği yazana kadar, ahlâk değişecek!

Sistem yaşıyor ve yürüyor. O zaman yürüyen sistemin önünden gitmemiz lazım. Çok ileriden bir yerden, bir gelberi hareketiyle geriye doğru dönmemiz gerek. Bunu bizler yapacağız, bu masanın etrafındaki insanlar yapacak. Doğrusu, Türkiye’de burada bulunan isimlerden daha tecrübeli iletişimcilerin olduğunu pek tahmin etmiyorum. Ayrıca bu konunun, 80 milyonluk ülkemizde şu salondan başka bir yerde tartışıldığını da zannetmiyorum. Yani bu üniversitenin çatısı altında siz bilim adamlarının bu konuya verdiği önem, son derece kıymetli. Dolayısıyla bu noktadaki bilgi ve düşüncelerimizi ilgililere sunacağız, bu konuda inisiyatif kullanacağız. Toplumumuzun bu kötü gidişatına bir direksiyon olmaya çalışacak, sürecin daha kötü bir yere gitmesini engelleyeceğiz...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: Yalçın Hocamıza teşekkür ediyoruz. Said Ercan Bey ismindeki genç arkadaşımız, tam bir sosyal medyaacı. Öğleden evvel de kendisini dinlemiştik. Buyurun Said Bey...

Said ERCAN:

(USMED Başkanı / Uluslararası Sosyal Medya Derneği)

Teşekkür ediyorum Başkanım...

Konu dil ve sosyal medya üslûbu olunca, canlı verilecek örnekler çok olacaktır. Birincisi; dünyada maalesef yapay zeka çalışmaları çok hızlı bir şekilde devam ediyor. Yakın zamanda ‘Westworld’ diye bir dizi yayınlanıyor ve gençler arasında hızlı bir şekilde izleniliyor. Orada yapay zekadan bir kasap oluşturuluyor ve insanlar gerçek mi yapay mı anlayamıyorsunuz!

Dizideki diyaloglardan bir tanesi şöyle... Kurulan yapay zeka kentinde kızın kulağına eğilip, “*Sen de onlardan mısın?*” diyor ve o dünyada istediğini vurabiliyor, istediği suçu rahat bir şekilde işliyor!

Burada asıl sorun şu ki, ABD’de ve Batı’da ‘*trans hümanizm*’ denilen bir kavram konuşuluyor. Bu kavram üzerinden, “*Biz insan davranışlarını, robotlara nasıl aktarabiliriz?*” meselesini konuşuyorlar ve bununla ilgili çalışmalar da hızlı bir şekilde ilerliyor. Tabi ‘*insanlaşmış robotlar*’ derken ‘*robotlaşmış insanlardan*’ da konuşuyoruz aslında ve süreç farkında olmadan bizi oraya doğru götürüyor.



Yanı başımızda bir savaş var ve bu savaş, sosyal medyada. Irak’ta 1 milyona, Suriye’de 200 bine yakın insan ölmüş! Bu rakamlar bizim için sadece bir rakam hâline gelmiş ve sosyal medyada bunun çok fazla konuşulmadığını, hatta Türkiye’deki 3 milyona yakın Suriyeli vatandaşın son dönemlerde nefret söylemlerine mâruz kaldığını biliyoruz. Sonuç olarak, sosyal medyada çok ciddi bir nefret dilinin yayıldığını görüyoruz.

Yaşanmış örnek üzerinden gitmeyi uygun buluyorum... Terzi bir akrabamız var bizim! Eşimin akrabası ve kendisi İsmailağa Cemaati'ne mensup. Beş vakit camiye gider.

Bu kişinin çocuğu 14 yaşında ve İmam Hatip'te okuyor. Ancak çocuk aniden farklı refleksler vermeye başladı. Son bir yıldır ilginç bir profil sergilemeye başladı ve bu durum son dönemlerde de iyice arttı!

Çocuk çok ciddi anlamda Kemalist bir karakter sergilemeye başladı. Sosyal medyada bunu yazıyor, babasıyla evde inkılap tarihi sohbetleri yapıyor ve aile çocuğun artık sihirlendiğini, büyülendiğini falan düşünüyor. "Seni seviyor, sana değer veriyor; sen bir görüş!" dediler. Beni hakikaten seviyor; bu ortam vesilesiyle görüştük, sohbet ettik. Ancak bu, çok derin bir derin sohbet olmadı.

Çocuğun gittiği yer, dini sorgulayan bir yapıya doğru seyretmeye başladı ve muhtemelen aile artık çocuğa cevap veremiyor. Çünkü çocuk her şeyi öğreniyor! Biraz 'deep-web'e de giriyor, araştırıyor. Babasına sorduğu soruları babası anlamıyor ki cevap versin!

Wikipedia'ya girip bir şeyler araştırıyor mesela. Bu sosyal medya ağları içerisinde en masumu Wikipedia ama, şu anda Muhammed maddesinin başında 'Hazreti' ifadesi yok. Bir yıllık bir tartışma sonucunda 'Hazreti' ifadesini sildiler ve "Bu bir saygı ifadesi içeriyor ve biz saygı duymuyoruz. Bilimsel bir şey yapıyoruz! Onun için de onu kaldırdık." dediler. Çocuklar artık 'Hz. Muhammed' olarak öğrenmiyorlar yani. Zaten Türkiye'deki Wikipedia yazarlarının, bilim adamlarının hazırladığı maddelerin çoğunda problem var.

Biraz eskiye gittiğimizde, 90'ların başında Microsoft'un ansiklopedi kurmak için çok ciddi bir bütçe ayırdığını görüyoruz. Ve yaklaşık 4 bin kişilik bir ekip de ayarlanmıştı. O dönem internette 'dijital ansiklopedi' diyorlar ve çalışmalara başlıyorlar. Ancak başarılı olamıyorlar. O zaman birisi Bill Gates'e gidip, "Dünyada bedava bir ansiklopedi yapılacak ve 100 binlerce çalışanı olacak. Bu ansiklopedisi dünyanın en büyüğü olacak ve hiç para ödenmeyecek!" deseydi; herhalde biz de gülerdik, Bill Gates de gülerdi! Ama bugün Wikipedia böyle.

Biraz önce de bahsetmiştik; bu mecrâlar Ekşi Sözlük kaynaklı editörlerin yer aldığı yerler ve daha çok anarşizm görüşünün hakim olduğu kişiler tarafından hazırlanıyor. Çoğu manipülatif şeyler yani!

Dolayısıyla bir genç sizi araştırmak istediğinde, adınızı ve soyadınızı Google'a yazdığında; orada gördüğü ilk madde ile sizi tanımış olacak. Daha doğrusu, yanlış tanımış olacak! Bununla ilgili her gün o kadar çok telefon alıyorum ki anlatamam! Hem siyâsilerden, hem de akademisyenlerden. "Hocam ne yapacağız?" diye soruyorlar.

Yakın bir zamanda Marmara Üniv. İletişim Fak'den bir hocamdan telefon aldım. "PKK bildirisine imza vermediğim için, bana hem Ekşi Sözlük'te hem de Wikipedia'da saldırmışlar. Şu an ciddi anlamda sorun yaşıyorum ve bu çok hızlı bir şekilde artıyor." dedi. Dolayısıyla, "Bu anlamda olumlu ne yapılabilir?" diye düşünmeliyiz.

Geçen sene Türkiye'de basılan kitap sayısı, 666 milyon adet. 404 milyon adeti bandrollü ve bu, Türkiye tarihinde bir rekor. Dünyada ilk 11'deyiz. Ben çok mutlu oldum bundan. Fakat şunu soracaksınız tabi! Acaba o kitapların kalitesi nasıl? Kitaplar berbat kitaplar! Fenomen diye adlandırdığımız, sağdan soldan 'kopyala yapıştır' yöntemi ile oluşturulan çalışmalar. Mevlana'nın sözlerinin biraz değiştirilerek oluşturduğu kitaplar yani!

Geçen senenin en çok satılan ilk 10 yazarından bir arkadaşımızın kitabını aldım, imzaladı. Emin olun ikinci sayfaya geçemedim! Tabiri câizse çamur, çirkef bir şey. Böyle bir dünyada kitap satışlarında fena değiliz mantığı ile seviniyoruz işte! Tamam, text tabanlı iletişim istediğimiz bir şeydi, ama insanlar 'ne' okuyorlar? Bu çok önemli!

Kısacası sizin gibi hocaların birikimini gençlere aktarmakta zorlanıyoruz. Tabi sizden sosyal medyacı olmanızı da beklemiyoruz! Bugün Avrupa'da Aristo'nun hesabı, mavi tıklıdır örneğin. Ve mavi tık, gerçek kişilere verilir. Peki Aristo yaşıyor mu? Hayır ama Aristo'yu devlet sahipleniyor ve onun hesabını da sahipleniyor.

Kültür Bakanlığımız, yazarlarımızı alıp hakikaten sosyal medyada gençlerle tanıştırmak için görseller, videolar falan yapmalı! Gençlerle biz şu anda çok ciddi anlamda kopuğuz. Arkadaşlarımın çocuklarıyla şu anda ben iletişim kuruyorum. Beni arıyorlar, "Seni dinliyor, sen konuş!" diyorlar. Bunu çok yaşıyorum doğrusu! Yani o temel köprü kopmuş durumda ve o olmazsa olmaz iletişim kanalını geri kazanmak için bir ajandamız da yok maalesef...

Bakın, Meksika Körfezi'nde 2010 Yılı'nda bir patlama oldu. BP'nin yaşadığı bir krizdi bu! O krizden bizim aklımızda kalan bir fotoğraf var. Petrole bulaşmış bir

karabatak fotoğrafı! Ama orada 100'lerce kişi öldü, bir tane ölü görmedik! Yine 11 Eylül'de bir tane ölü görmedik! Fakat Doğu toplumlarına geldiğinizde, bizim her patlamadan sonra 100'lerce fotoğrafımız ortadadır! Irak'ta 100'lerce fotoğraf vs.

Batı, görselde iyi olduğu için her türlü veriyi sosyal medyada yapıyor. İsrail, İtibar Kongresi topladı örneğin! Bakın, bir ülke İtibar Kongresi düzenliyor. Çok ciddi bir algı yönetimi var burada.

Çok acil bir şekilde George Orwell'in '1984' romanının ve 'Cesur Yeni Dünya' kitaplarının bütün çocuklara okutulması gerektiğini düşünüyorum. Ve bu, sosyal medyada yapılmalı! Şu an dünya, bu iki kitap arasında gidip geliyor. Biz robotlaştık ve ruhu olmayan insanlara dönüştük. Şu anki nesil, belki on sene sonra bunları konuşuyor olabilir. Teşekkür ediyorum...

Prof. Dr. Necat BİRİNCİ:

(İAÜ Edebiyat Fakültesi Öğretim Üyesi)

Sayın Başkan, bir cümle söylemek istiyorum. George Orwell'in '1984' adlı çalışması; liselerde bendenizin düzenlediği '100 Temel Eser Serisi' içerisinde vardır. Ancak bugün işitiyorum ki, MEB Lise müfredatı'nda bu 100 temel eser; gerek orta kısım gerekse lise eğitiminde gerekli şekilde incelenmemektedir.

Aslında 2004 senesinde sisteme konulmuştur ve bütün Türkiye'nin ortaöğretim öğrencileri bunu okumak mecburiyetindedir. Bu yapılmıştır yani! Keşke okutulsa diyorum ve teşekkür ediyorum Sayın Başkanım. Araya girdim özür dilerim, ama gerekiyordu...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM:

Güzel bir katkı, Selman Arslanbaş buyurun efendim.

Selman ARSLANBAŞ:

(İAÜ TÖMER Müdürü)

Ben kendi deneyimim üzerinden, '*sosyal medyanın siyâsî kampanyalarda kullandığı dil*' ile ilgili kısa bir paylaşımda bulunmak istiyorum...

2008 Yılı'nda, Obama'nın ABD'deki seçim çalışmasına katılmışım ve o faaliyetlerin içinde bulunmuştum. O süreçten bu yana bununla ilgili çeşitli makaleler yazdım ve sosyal medyadaki siyâsî üslup üzerine araştırmalar yaptım.

Mâlûmunuzdur ki Obama'nın aday olduğu 2008 Başkanlık Seçimi; sosyal medyada yer bulan siyâsî kampanyaların dönüşümü, devrimi diyebileceğimiz bir seçimdi. Neticede Obama seçilmesi zor görünen, hem siyâhî olan hem de Müslüman olduğu söylenen bir Amerikalı lider adayydı. Ama David Plouffe başkanlığında kurmuş olduğu yirmi kişilik ekiple, Amerika'da sosyal medyanın siyâsî seçim kampanyalarındaki kullanımı noktasında bir çığır açtı ve muazzam bir seçim başarısı kazandı. Ayrıca bu seçim başarısı, '*sosyal medyanın kullanım dili*' açısından bugün Amerika'da birçok üniversitede araştırma konusu oldu ve Trump ile de başka bir boyuta taşındı.

Şunu özellikle söylemek istiyorum ki; Obama'nın konuşma metinlerini yazan kişiler, Obama seçildiği zaman 30 yaşlarındaydı. Amerika'yı yönetecek liderin metinlerini yazacak kişinin hangi bilgi birikimi ve tecrübeyle o ifadeyi yansıtacağı tartışılırken; Obama'nın ekibinde bulunan ve 32 yaşında olan bir kişinin yazmış olduğu Kahire konuşması ayakta alkışlanmış ve dünyaya çok farklı bir kardeşlik mesajı verilmişti. Tabi bunun arkasında kendisine yüklenilen bir misyon, ona çizilen bir rol, Amerikan halkının gözünde lider profili çizmek için kaleme alınan bir senaryo, buna uygun bir sosyal medya stratejisi vardı. Ve bugün dört temel sosyal medya mecrâsı olan YouTube, Facebook, Instagram ve Twitter, o ortamda amacına uygun olarak kullanılmıştı.

Kampanyada Obama'nın ailesi de işin içine dahil edildi ve Beyaz Saray'ın içerisinde çok samimi, halka yakın ve kullandığı "Yes! We Can!" sloganı itibarıyla birliktelik vurgusu taşıyan bir ortam yaratıldı. Özellikle seçilen dil, halkta çok güzel bir tepki doğurdu, sempati uyandırdı ve neticede beklenilmeyen bir zafer kazanıldı.



Şunu da ilave etmek istiyorum ki; ABC, Amerika'da Cumhuriyetçiler'in kullandığı bir medyadır. CNN de demokratların! Amerikalı liderler buraya yatırılan seçim paralarının oldukça fazla olduğunu gördükleri için, liderlere danışmanlar tarafından özgünleştirici bir dil seçmeleri yolunda yönlendirmeler yapıldı. Ve netice itibarıyla son seçimle birlikte, dünyada sosyal medyanın kullanımı noktasında lider profilinde de bir değişiklik olduğu ortaya çıktı. Yunanistan'da Çipras, İngiltere'de Boris Johnson, Amerika'da da Trump; hem kıyafet, şekil ve üslup olarak kitleleri harekete geçirebilecek yapıya sahipler, hem de görüntü olarak bu duruma müsaitler.

Açıkçası şuradan etkilenildiğini düşünüyorum! Obama'nın, Trump'un seçim başarısı; Amerikan Halkı tarafından nereye bağlanıyor biliyor musunuz? Twitter'ı tamamen kendisinin kullanmasına ve Instagram'ı çok aktif kullanmasına! Trump gibi bu kadar aşırı nefretçi, aşırı sert söylemleri olan bir liderin bu denli kuvvetli bir tabanı olması da; *'Trump Effects'* dediğimiz, 'Trump'un sosyal medyadaki etkisi' olarak tabir ediliyor.

Kendisine bunu nasıl yaptığını sorduklarında, aynen şunu söylüyor! *"Ben harika bir iletişim dili keşfettim ve benden önce liderlerin bu konu için hazırladığı milyonlarca doları tasarruf yaptım! Sosyal medyayı tamamen kendim kullandım ve özgünleştirdim. Bunu seçimden sonra bırakacağımı sanıyorlar! Hayır, bırakmayacağım. Bilakis bunu ısrarla arttırarak kullanmaya devam edeceğim; bu söylemimden vazgeçmeyeceğim."*

Daha sonra sosyal medya uzmanları bunu konuşup tartışıyorlar ve CEO'lara ders niteliğinde 3 madde çıkarıyorlar. Diyorlar ki, *"Trump'ın sosyal medya kullanımı nefretçi bir söylem içerse de, gerçekçi ve reel olduğu için başarıya ulaştı. Söylemlerinde cayma yok ve onu bir siyâsî argüman olarak söylemiş olsa da bir gerçeğe dayandığı için netice alıyor."*

Dolayısıyla siz de özgünleşin, sosyal medya stratejilerini kendiniz yönetin ve kendiniz tweet atın!"

Bugün sosyal medyada viral olan birçok söylem; büyük şirket sahiplerinin, CEO'ların dilinden çıktığı için, yayılım etkisi çok fazla oluyor. Buna Facebook, Twitter sahipleri de dahil. Yani onların yapmış olduklarının sosyal medyada yayılması da bir örnek!

İkincisi de bu araştırmaları yapanlar şunu diyorlar! *"Belki sizin şirketinizde Trump gibi adamlar vardı ve siz onları saklıyordunuz! Onların toplum içerisinde ayıplanacağını düşünüyordunuz ama doğru söylemler karşı tarafın hoşuna gitmemiş de olsa, doğruları söyleyen kişileri şirketinizin kurumsal felsefesine uymuyor diye saklamaktan vazgeçin!"* Yani artık bu devir, Trump'ın ortama yaptığı etkiyle kaybetmiştir.

Üçüncüsü de; ne olursa olsun verilen mesajın gerçek olması, doğru olması çok önemli! Bakın, Türkiye'de bir firma *'Suriye'ye yardım kampanyası yapıyorum!* diye photo-shop kullandığı için aşırı tepki gördü. Buradan da, *"Ne olursa olsun kendiniz olun!"* anlamı çıkıyor.

Twitter'ın paylaşımlarını 140 karakterle sınırladığı de düşünülecek olursa, bugün Batı şu noktada hemfikir! *"Twitter sofistike tartışma yeri değildir. Twitter kavga yeridir, münakaşa yeridir, fikirleri bağıra bağıra zorla dikta ettireceğiniz bir yerdir! Eğer böyle olursanız virale dönersiniz, takipçileriniz sizin söylediklerini takip eder, beğenir, RT eder ve bu da sizin daha büyük bir kitleye ulaşmanızı sağlar."*

Teşekkür ediyorum...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM:

Üniversitemizin iletişim fakültesi dekanı, Sn. Prof. Dr. Hülya Yenğin;
buyurun efendim...

Prof. Dr. Hülya YENGİN:
(İAÜ İletişim Fakültesi Dekanı)

Marshall McLuhan adındaki Kanadalı iletişim teorisyeni, 1950'lilerde; *"Teknolojinin gelişimiyle birlikte tüm dünya 'küresel bir köy' olacak!" dedi ve kuramına 'teknolojik determinizm' adı verildi.*

Öncelikle şunu sormak istiyorum. Acaba günümüzde bu 'küresel köy' metaforu yaşanıyor mu? Çoğu insan bugün, *"Evet, biz artık küresel bir köy hâline geldik. teknolojinin hızlı gelişimiyle bu durum yaşanıyor."* diyor. Çünkü elektronik kitle iletişim araçları, teknolojik gelişimden etkilendi.

Yine iletişim kuramcılarından Prof. Dr. Ünsal Oskay da, *"Her teknolojik gelişme bizim için iyi bir gelişme midir? Hayır!"* dedi. Bu noktada ben, olaya daha çok eleştirel bir yaklaşımla bakmak istiyorum.



İAÜ İletişim Fakültesi Dekanı Sn. Prof. Dr. Hülya YENGİN

İyimser bir bakış açısıyla baktığımız zaman, elbette teknoloji hayatımıza katkı sunuyor ve iletişim kurmamızı da kolaylaştırıyor. Aynı zamanda belli bir hız ve akış var. Ayrıca interaktif hâle geldik.

Daha önce tek yönlü bir iletişim vardı. Şimdi ise iki yönlü, interaktif iletişim söz konusu ve geribildirim alabiliyoruz. Ama konuya küresel bir düzlemde baktığımız zaman, yani sadece Türkiye açısından ve Türkiye'deki bireysel açıdan veya toplumsal

olumsuzluklar çerçevesinden değil de biraz daha dünya çerçevesinden baktığımız zaman; şu soru devreye giriyor! Dünyayı kim yönetiyor?

Sonuçta bir 'küresel yönetim', bir 'küresel ekonomi' söz konusu ve bu çokuluslu şirketlerin ekonomiyi elinde tutabilmek için belli bir küresel kültüre de ihtiyaçları var. Bu küresel kültürü oluşturmak için de 'kitle iletişim araçları'ndan yararlanıyorlar.

Bu araçlar tüm dünyaya reklamlarla, markalarla yeni bir yaşam biçimi oluşturmaya çalışıyor. Aslında dünya çapındaki ekonomi, markalarla ve belirli üretimler gerçekleştiriyor. Bize de diyorlar ki; *"Şu markadan cep telefonunu alacaksın. Ama bu yetmez, iki yılda bir de değiştireceksin!"* Veya *"Bir araba alacaksın. Ama ondan sonra mutlaka yeni bir araba daha alman gerekiyor!"* diyorlar.

Bize yön veriyor ve tüketim alışkanlıklarımızı değiştirmeye yönelik hareket ediyorlar. Bu aynı zamanda bir 'kültür yozlaşması'nı da beraberinde getiriyor! Zira 'küresel kültür', ahlâkî değerlerimizi yozlaştırıyor. Dolayısıyla küresel düzlemde, bizi etkileyen bu tarz sorunlar var...

1990'larda doktoramı yaparken, televizyonlar önce! TRT vardı ve 'kamu yayıncılığı' yapardı. Sonra özel televizyonlar ortaya çıktı. Uydu yayıncılığı, karasal yayıncılık vs. söz konusuydu.

Daha önceki hukûkî düzenleme, yani Radyo Televizyon Yasası; sadece karasal yayına göre yapılmıştı. Uydu yayıncılığına geçildiği zaman, teknoloji hukuku deldi! Yani bir hukuksuzluk süreci yaşadık. Uydu yayıncılığı ortaya çıkıp özel televizyonlar Türkiye'ye geldiği zaman oldu bu ve yaklaşık beş yıl kadar sürdü. Ve yeni bir Radyo Televizyon Yasası ortaya çıkana kadar hep bekledik.

O hukuksuzluk döneminde özel televizyonların altyapıları ve frekans tahsisleri yapılmadı. Altyapıları tamamlandığı zaman da Avrupa bize dayattı ve *"Sınırsız Avrupa televizyonu var. Bunun yasası var! Buna mutlaka imza atacaksınız!"* dedi. Biz buna imza attıktan sonra da kendi yasamızı oluşturduk.

İnternetin altyapısı da günümüzde aynı mantıkla şekilleniyor ve tamamıyla o altyapının tüm dünyaya yayılması gerekiyor. Hukûkî yapıyı da oluşturuyorlar zaten. Aslında var da zaten ve onlar bizi denetliyor.

Bir de şöyle bir şey var... Yine eleştirel yaklaşıma göre 1970’lerde ‘kitle iletişim araçları’na ‘denetim araçları’ deniliyor ve sosyal medyada bu şekilde kullanılıyor. Tüm alışkanlıklarımızı, tüm yaşam biçimimizi belirleyen bir şartlanmışlık var yani ve biz bunun farkında olmadan da değişiyor! Ve bir tekelleşme var aynı zamanda. Uluslararası şirketlerin tekelleşmesiyle kitle iletişim araçları da bunun içinde...

Bir dil kirliliğinden bahsettik. Evrensel dil olarak İngilizce bize dayatılıyor ve bu şekilde dil kirliliğinin içerisinde kalıyoruz. Ayrıca ileti bombardımanı ile bilginin güvenilir bir hâliyle kaos yaşıyoruz. Acaba bunun çaresi ne olabilir diye düşünüyoruz; fakat bireysel açıdan aslında elimizden de bir şey gelmiyor.

Biraz daha açmak istiyorum dil konusunu. Bir insan aslında 150 kelime ile iletişim kurabiliyor. Günlük yaşantısı için bu kadarı yetiyor. Ama internete baktığımız zaman cümle yapılarında değişiklik, kelime veya harf eksikleriyle bu dil kirliliğini daha derin boyutu ile görüyoruz. İngilizce aynı şekilde internette de, sanki başka bir dil yokmuş da sadece onu kullanmak zorundaymışız gibi dayatılıyor.

Bir dil bilimcinin teorisine göre; dil düşüncüyü, düşünce de dili geliştiriyor. Yani ne kadar çok diline hakim olursan o kadar çok düşünebilirsin ve o kadar da çok düşündüğünü ifade edebilirsin! İşte bu da okumakla mümkün.

Kitap okumak, kelime hazinesi geliştiriyor. Bir bireyin bildiği kelime sayısı ne kadar çoksa o kadar kolay düşüncelerini ifade edebiliyor. Ve şu an sosyal medyaya baktığımız zaman, orada bir düşüncüyü ifade etmek yerine sadece dedikodunun var olduğunu görüyoruz. Ve dedikodu da bir iletişim değil elbet!

Daha önceleri gazetelerde çok uzun yazılar vardı ve o yazıları okumak da zevk meselesiydi. Ardından televizyon ortaya çıkınca, görsellik ön plana çıkmaya başladı. Aslında sosyal medya, diğer kitle iletişim araçlarından çok da farklı bir şey değil. Mesela Amerika’da USA Today Gazetesi televizyona karşı bir rakip olarak ortaya çıkmıştı. Daha sonra da renkli ofset baskılı gazetelerimiz, televizyon gibi habercilik yapmaya başladı! Yani bol görselli, renkli ve kısa haberlerle. Aynı şeyi şu anda sosyal medya yapıyor. Yani çok da büyük bir farklılık yok.

Ama ben bu dil konusunda diliyorum ki, anadiline sahip çıkmak son derece önemlidir. Çünkü bize şu öğretildi! Eğer bir ulus oluyorsan, mutlaka bir dilinin olması

gerekir. Ancak bir dilin varsa ulus olabilirsin. Ama küreselleşme düzeyinde baktığımız zaman, aslında bize “*Ulus olma, cemaat ol!*” deniliyor. Yani bir de böyle bir durum var. Küreselleşme olgusu; ulusların varlığını tamamıyla ortadan kaldırmaya niyetli. Cemaatin din ile ilgisi yok tabi, ‘topluluk’ anlamında kullanıyorum bu kelimeyi. Sonuçta bizim yaşam biçimimizi, kültürümüzü tehdit ediyor...

Sözü uzatmadan hemen şunu söylemek istiyorum... Selfie çekerken kendi gibi olmayan gençlerde söz edildi. Bunu, ‘insanın kendine yabancılaşmasıyla’ da açıklayabiliriz.

Mesela genç evine gidince ailesiyle bir şey paylaşmayıp, kendi odasına çekilerek internette vakit geçiriyor. Bu daha sonra insanın kendi çevresine, toplumuna yabancılaşmasını da beraberinde getiriyor.

Sonuçta ‘küresel yönetim’ tüm dünyayı denetleme mekanizması olarak ‘kitle iletişim araçları’nı kullanıyor ve sosyal medyanın da bir toplumu denetleme mekanizması olduğunu söyleyebiliyoruz.

Bu mantıktaki eleştirel yaklaşıma göre sosyal medya şu şekilde yorumlanıyor... Neil Postman, hem ‘1984’ romanını hem de ‘Cesur Yeni Dünya’yı karşılaştırıyor. “*Eğer bir toplum denetlenmek isteniyorsa, en kolay nasıl denetlenir?*” diyor ve yanıtlıyor; eğlenceyle! İnsanlar zaten eğlenceye dayalı olarak sosyal medyayı kullanıyorlar. Ya da boş zamanlarını değerlendirmek amacıyla.

Dolayısıyla böyle bir denetim mekanizması olduğunu da ‘eleştirel yaklaşım’ çerçevesinde dile getirmiş olalım; bu hususu vurgulayalım. Sonuç olarak; iyimser ve kötümser görüş olarak iki farklı bakış var. Çok teşekkür ediyorum...

ÜÇÜNCÜ OTURUM

Üçüncü Oturum

“Sosyal Medya Üzerinden Algı Yönetimi”

Ana Konuşmacı: Doç. Dr. Bünyamin BEZCİ

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM:

(TARMER Müdürü)

Sayın dekanımıza biz de teşekkür ediyoruz. Üçüncü oturumu hemen başlatalım. Sn. Doç. Dr. Bünyamin Bezci Hocamızı dinledikten sonra genele söz vereceğiz...

Doç. Dr. Bünyamin BEZCİ

(Sakarya Üniversitesi Öğr. Üyesi)

Az önce konuşan, İstanbul Aydın Üniversitesi’nden arkadaşlar; Obama’nın seçimiyle alakalı birkaç şey söylediler. Aslında belki biraz oradan girmek lazım meseleye. Üç tane kavram var aslında önümüzde; algı yönetimi, sosyal medya ve siyaset kavramı...

Ben aslında bir medyacı olarak ya da iletişimci olarak konuşmayacağım. Bir siyaset bilimci olarak konuşacağım. Algı yönetiminin siyasette veya siyaset bilminde, siyasal ilişkilerde, siyasal iletişimde nasıl bir karşılığı var; biraz bundan bahsedeceğim. Az önceki arkadaşlar da biraz bu bağlama girdiler.

Sosyal medyanın özellikle ne kadar reel olduğu, gerçekten oldukça sorgulanır bir şey! Mesela ‘Trump mı daha reel, yoksa sosyal medyayı çok iyi kullanan Obama mı?’ tartışmasında; Amerikan taşrasında yaşayan yaşlı bir kadının hikayesi beni etkilemişti. “Trump’ın söylediklerini biz hesapladık, ancak % 12’si doğru; geri kalanın hepsi yalan! Buna rağmen Trump’a nasıl gönül verdiniz?” diye sormuşlar. Kadın diyor ki, “Ötekisi daha rafine yalan söylüyor!”

Aslında bu, biraz akılla duygunun karşılaşması. Aslında Trump doğru söylediği için reel değil, bizi bize benzediği için reel. Bizim gibi oturuyor, bizim gibi kalkıyor, kızdığı zaman suratı bizim gibi ekşiyor. Özellikle burada ‘sahih temsil’ dediğim bir

kavramdan bahsedeceğim. Siyasette önemli bir damar bu! Bunu yakalayan her kim olursa, siyasette başarılı olduğunu söyleyebilirim. Özellikle son dönemde!



Sn. Doç. Dr. Bünyamin BEZCİ

Demokrasi tarihine baktığımızda, özellikle 19. Yüzyıl sonrasında şunu görüyoruz... Her şeyin ötesinde yeni toplumsal gruplar, yeni bağlamlarla demokrasi kavramına eklemlendiler. Ama şu gözle görelim. Özellikle 19. Yüzyıl'ın başında burjuvalar iktidardan kendi paylarını istemişlerdi ve bunun karşılığını da temsil kavramının genişletilmesiyle aldılar. Fakat 1848 sonrası kitle demokrasi ciddi bir şekilde demokrasinin en büyük sorunu olmuştu. Hatta bunun zirvesi Hitler'in iktidarı olan faşizmdi.

Ona karşı da dikkat ederseniz, özellikle İkinci Dünya Savaşı sonrasındaki siyâsi gelişme literatüründe önemli olaylar oldu. *"Aslında demokrasi kadar önemli olan, sistemlerin stabilizasyonudur."* şeklinde bir sürü düşünce devşirdik. Özellikle üçüncü dünya ülkeleri için böyledir. Gelişmiş demokrasiler için böyle değildi ama, 1960'lardan sonra hepimizin sabahları beri söylediği, web 1.0, 2.0, 3.0 bağlamında değişiklikler yaşadık.

Web 1.0 aslında televizyon hikayesine benziyor. Tek taraflıydı, yapabildiğiniz tek şey belli haberleri ve konuları seçmenizdi. Sunum tarzını seçiyordunuz ve bu seçim üzerinden insanların ne düşüneceğini belirleyemiyordunuz ama, ne tartışacağını belirliyordunuz. Böylelikle çok rahat tek taraflı bir kamuoyu oluşturabiliyordunuz.

Ama web 2.0 ile birlikte mevcut durum belli bir karşıtlığa dönüştü. Siz veriyorsunuz, karşıdan cevap veriyor. Karşının cevap vermeleri sosyal medya bağlamında büyük bir umut yarattı. Acaba gerçekten bu temsil krizini aşabilecek yeni bir

yapı oluşabilir miydi? Acaba gerçekten hiç kimsenin değmediği noktalarda veya tartışma alanlarında demokrasinin alanı daha da genişleyebilir mi?

Buradan aslında Habermas gibi rasyonel bir müzakere ortamı doğar mı diye çok ümit ettik ama, mesele çok da öyle olmadı ve en sonunda web 3.0 ile birlikte farklı bir döneme girdik.

Web 3.0 ile birlikte artık algıları belirlemekten daha ziyade, arzuları kaşımaya başladık ve bunu yaparak toplumu hareketlendirdik. Aslında bu 'kitle demokrasisi'nin bir başka boyutuyla geri dönüşüydü! Sosyal medya demokratik bir hareket olmaksızın; bir kitle, linç hareketine dönüşebildi.

En nihayetinde şunu söylemek lazım, hepimizin bildiğini daha 1960'lı yıllarda hem Martin Heidegger, hem de Louis Althusser ifade etti. Aslında insanlar bir şekilde kendi oyuncaklarının oynanacağı hâline geliyordu. Genel olarak baktığımızda ve 'Algı yönetimi nedir?' diye sorduğumuzda; genelde algı yönetimi üzerine çalışanlar, özellikle algı operasyonu ile ayırt edilmesi gerektiğini söylerler. Algı yönetimi; olanı olduğu gibi aktarma becerisi, kendinizi doğru aktarabilme meselesi. Ama dikkat edin, biz genelde sosyal medya üzerinden algı yönetiminden daha ziyade 'algı operasyonları'nı anlıyoruz.

Aslında siz bir gerçeklik yaratıyorsunuz ve o gerçekliğin doğru olup olmadığı da çok önemli değil. CIA ile birlikte başladığı söylenen algı yönetimi meselesi, daha çok algı operasyonuna atıf yapıyor. Algı yönetimine atıf yapmıyor! Algı yönetimi meselesine diğer tarafından baktığımız zaman, Steven Lukes'in iktidar gelişimi hikayesini görüyoruz.

Oradan mülhem bir şekilde şunu söyleyebilirim ki, 19. Yüzyıl'da basın çok önemli olduğunu bir şekilde hissettirmişti. Basını kontrol edebilmeniz için daha primitif hikayeler önemli. Sansür döneminde aslında en çok tartıştığımız nokta, ifade özgürlüğüyle hakaret arasındaki çizgilerdir. Bugün birçok yerde aslında bu tür konuyu yine de tartışırız. Aslında hâlâ gizli bir sansür var. Özellikle ifade özgürlüğü ve hakaret bağlamında bu konunun çizgilerini çok belirlemiş değiliz.

Diğer taraftan özellikle 20. Yüzyıl'ın ortasından sonra, televizyon ve yazılı medyanın dışındaki diğer sektörler geliştikten sonra; artık sansür üzerinden siyâsi kontrol yapabilme imkanını da ciddi bir şekilde kaybettik. O zaman ne yaptık, kimseyi

yasaklamadık! Sansür etmedik! Ama merkezî medyalar oluşturduk ve o medyalarla da merkezî söylemler yarattık. Aslında iktidarlar siyasal kontrollerini, algı yönetimi üzerinden ortaya koymaya başladılar.

Özellikle web 3.0 bağlamında baktığımız zaman görüyoruz ki, bugün artık algı yönetimi de aşmış bir şekilde arzuları kontrol etmeye çalışan bir durumda! Arzu derken kastettiğim şey, toplumu harekete geçirici unsurlar. Bir şeyi istettiriyorsunuz, sonra istediğini bizatihi kendiniz veriyorsunuz. Böylelikle aslında istettirerek toplumda güçlü bir arzu yaratmış oluyorsunuz, topluma bir hizmet etmiş oluyorsunuz. Bu bağlamda siyasal kontrol mekanizmalarının oldukça rafineleşmeye başladığını düşünenlerden birisiyim.

En nihayetinde siyaset ile sosyal medyanın buluştuğu yerlerde soracağımız soru şudur! Toplum siyasal iktidara ne için itaat eder? Buna Weber'den beri bir sürü cevap verildi; geleneksel otoriteden, karizmatik otoriteden bahsedildi.

Bana sorarsanız, bütün bunları aşan bir şekilde performans ya da başarı da ciddi bir otorite sağlayıcı idi. Mesela askerî darbeleri ne yasayla, ne karizmayla, ne de gelenekle açıklayabiliriz! Ancak başarıyla açıklayabilirsiniz bunu! Başarılı askerî darbeler, kendi iktidarlarına itaat ediyorlar. Başarısızlar ise 15 Temmuz'da olduğu gibi itaat ettiremiyorlar. Bugün itaat konusu daha da çetrefilli bir hâle geldi. Artık insanları siyasetin düz kontrol aletleriyle kontrol edemiyorsunuz. Onların algı dünyalarına hitap etmek ve onların arzularını belirlemek zorundasınız. Ancak bunları yaptıktan sonra siyasal kontrol mekanizmasını oluşturabiliyorsunuz...

Peki, bu siyasal kontrol mekanizmasını kim oluşturacak?

Buna geçmeden önce şunu da söylemek lazım! Algı yönetimi dediğimiz unsura çok Marksist baksaydık, onu yanlış bilincin ortadan kaldırılması olarak da görebilirdik. Ama bu kadar Marksist bakarsak şunu yapmamız lazım! Yanlış bilincin ortadan kaldırılması için, çok yapısal değişimlere gitmemiz gerekiyor. Aslında devrimi çağırmamız lazım. Bütün bu yapısal değişimlerden sonra yanlış bilinci de ortadan kaldırabiliriz, ama genelde sembolik etkileşimciler olarak yanlış bilinci yapısal nedenleri ortadan kaldırarak düzeltmekten ziyade söyleme hakim olmak; hatta daha geleneksel bir literatürle nasihat ile aşmaya çalışıyoruz.

Bu bağlamda yanlış bilince dikkat edin. İslamcı câmiâda eskiden çıkan kitapların çoğunda bilinç kavramı vardır. Tarih bilinci, demokrasi bilinci, din bilinci, devlet bilinci gibi! Hep bir bilinç kavramı vardır. Oradaki bilinç, Marksistlerin söylediği gibi bir bilinç değil. Biz bilinci inşa etmeye çalışırız, Marksistler ise yanlış bilinci düzeltmeye çalışırlar. 'Marksist metodoloji'yle 'Weberyan metodoloji' arasındaki temel fark şudur...

Mesela Türkiye'nin bir imaj sorunu var. Bunu herkes söyler. Peki bu imaj sorununu düzeltmek için ne yapmak gerekir? İyi bir algı yönetimi gerekiyor. Algı yönetimi ne demek?

Eğer bir Marksist olsaydık, *"Bu yanlış bilincin, imajın arkasında aslında Türkiye'nin siyasal olarak güçsüzlüğü vardır. Yapısal nedenler vardır. Bizim özellikle Batı toplumlarından farklılığımız vardır. Bir anlamda ekonomik olarak güçlendiğimiz zaman aslında bu yanlış bilinç de kendiliğinden ortadan kalkacaktır. Ekonomik olarak hakim olanın dili, aslında her şeyi belirler!"* diye düşünürdük. Peki, bütün bu çetrefilli dünyada; artık yeni iktidar bağlamlarına insanları nasıl ikna ediyoruz?

Bir defa özellikle 19. Yüzyıl'da herkesi ikna eden temsil konusunun, ciddi bir şekilde sıkıntılı olduğunu söyleyebiliriz. Temsil meşrûyetinin en nihayetinde kazandığı şey, ölçek sorunuydu. Siyasette herkesi Agora'ya sokamayacağınıza göre, o zaman belli kişiler mutlaka birilerini temsil etmek zorundaydı ve temsil eden kişiler de aslında toplumsal aklı bir şekilde taşımaktaydılar. Parlamenter sistem içinde de bize vaat ettikleri, siyaseti alenileştirmek ve toplumsal aklı bu alenî müzakere ile bir şekilde oluşturmaktı.

Biz biliyoruz ki temsil meselesi özellikle İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra ciddi bir şekilde sıkıntılı olarak düşünölmeye başlandı. Temsil meselesine karşın bizim özellikle bulduğumuz çare, daha çok Habermas gibi müzakere ortamlarını rasyonel iletişim yöntemlerini geliştirerek biraz daha genişletmek ve toplumsal akla parlamentoyu içeren ve aşan bir şekilde başka bir bağlamda ulaşmaktı.

Bütün bu Habermas gibi çarelerin de daha çok parlamenter sistem içerisinde düşünüldüğünü söyleyebiliriz, ama sosyal medya artık öyle bir şey değil. Sosyal medya daha demokratik, daha dayanışmacı olduğunu düşündüğümüz bir yer. Bir taraftan da özellikle mahrem olanı politikleştiren bir özelliğe sahip. Oysa dikkat edin; temsil kavramında, politik temsil ya da demokratik-parlamenter devlet kavramında hâlâ bir

mahrem alan vardır. Bütün alenileşmesine rağmen, parlamentonun kapalı oturumlarında konuşulan bir sürü mesele vardır.

Bu mahremiyet dediğimiz unsur, aslında parlamenter demokrasilerin zannettiğimiz kadar vazgeçtiği bir şey değildir. Oysa sosyal medya tam da bu mahremiyet dediğimiz noktaya dokunur ki, herkesin kendi özelini politikleştirerek söz sahibi olacağını düşünürüz. Özellikle feminist teorilerde “*Özel olan, politik olandır!*” sözü sosyal medya için de çok rahat bir şekilde söylenebilir. Kendiliğinden toplanmanın, kendiliğinden bir dayanışma oluşturma çok da demokratik bir unsur olduğunu düşünürüz. Özellikle sosyal medya açısından. Ama dayanışmayla siyasal ortaklık arasındaki farkı, çok göz ardı ediyoruz. Özellikle sosyal medyada dayanışan sosyal kesimler, aslında birbirleriyle çok fazla temas etmeden konforlu bir mesafeyle dayanışır ve aslında her an birleşebilir ve ayrılabilirler. Çok rahat bir şekilde geçmişlerini silebilirler. Bu nedenle aslında neredeyse ezel ve ebedin olmadığı bir ortamdır, süreksizlik içindedir.

Bu anlamıyla bu dayanışma, gerçek anlamda bir ortaklık değildir. Gerçek anlamda ortaklıktan kastım başka. Ticârî ortaklıklarda da gördüğümüz şey şudur ki, ortakınıza bir şekilde ekonomik olarak katlanmak zorundasınız. Politik ortaklıklarda da aynı şey geçerlidir. Birçok konuda uzlaşmadığınız adamlarla yan yana yürümek zorundasınız. Oysaki sosyal medya böylesine bir direnç gösteremez. Böylesine bir direnç gösteremediği için de siyasal iktidarlar karşısında demokratik söylemi koruyamadığını söyleyebiliriz. Gezi Parkı bağlamında, bunu çok rahat bir şekilde gördük.

Her ne kadar sosyal medya Agora’nın ‘Egora’ya dönüştüğünü söylese de, aslında bu ‘Egora’ dediğimiz unsurda daha çok ön plana çıkanın bir nev’i ses yükseltme olduğunu söyleyebiliriz. Yoksa karar sahibi olanların, sosyal medyaya ses yükseltme bağlamında çok fazla prim vermediklerini gözlemleyebiliyoruz.

Dolayısıyla sosyal medya, aslında toplumsal bir çoğunluğun değil azınlığın ses yükselterek siyasal kararlara hakim olma yolunda aldığı bir durum gibi gözüküyor. Bu nedenle özellikle karar alıcıların bu sosyal medya konularını ciddiye almaları gerekiyor. Sosyal medyada oluşan fikirleri sanki halkın fikirleriymiş gibi gördükleri anda, aslında birçok şeyi de kaybediyorlar.

Genel olarak baktığımızda, sosyal medyada aslında demokrasiden daha ziyade devletin ve piyasanın güçlendiğini çok rahat bir şekilde gözlemleyebiliyoruz. Sosyal medyada her paylaştığımız şey bizi rahatlatıyor ama her paylaştığımız şey aynı zamanda devletin bilgi dağıtıcısına ve piyasanın bilgi dağıtıcısına bir şekilde ekleniyor. Ve aslında bizi daha fazla yönetilebilir kılıyor.

Peki bütün bu karmaşayı siyasal sistemler nasıl aşıyor? Geleneksel parlamenter demokrasilerle aşmıyor, karşımıza aynı sosyal medyadaki kahramanlar gibi aslında sahil temsil diye anlamlandırabileceğimiz siyasal kahramanlar çıktı. Sahih temsil ne demek? Belki Trump’ta da ya da Cumhurbaşkanımızda da görüyorsunuz. Çıpras da falan da görebiliyoruz hatta! Bu şöyle bir şey. Aslında geçmişte politik liderler toplumu sadece temsil ediyorlardı. Bugün ise toplumu temsil etmenin yanında, toplumla eşit ya da toplumun duygularına hakim bir niteliği de taşıyorlar. Yani eşitlik ve temsil birbirinin zıttı olmasına rağmen; sahil temsil niteliğini taşıyanların çoğu hem toplumla eşit, hem de toplumdan üstün. Çünkü temsil kavramının kesinlikle elitist bir kavram olduğunu söylemek lazım.

Temsili aslında her ne kadar demokrasinin temeli saysak da, çok elitist bir kavramdır. Bu anlamıyla baktığımızda somut olarak söylersek hem Kasımpaşı olmanız gerekiyor, hem de toplumun varoluşuyla eşit bir düzlemde olmanız gerekiyor. Ama aynı zamanda da onları aşmış olmanız! Bu anlamıyla her ikisi de toplum için oldukça kahramanlaştırıcı unsurlar oluyor.

Aslında çok kaba gelecek ama bu tabiri kullanmak gerekiyor; sosyal medyanın karmaşıklara siyasal iktidarı zorladığı bağlamın üstesinden, bu sahil temsile sahip olanlar gelebiliyorlar. Aslında sosyal medya bu kadar karmaşık bir iktidar yapısını zorlamamış olsaydı, belki de sahil temsile bu kadar ihtiyacımız olmazdı. Obama’nın “*Yes! We Can!*” hikayesine inanmıyoruz, çünkü biz yapmıyoruz. Biz beraberce hiçbir şeyi başarmıyoruz aslında! Ve bu aslında, Habermas’ın müzakereci demokrasisinin söylemi. İnsanlar çok böyle düşünmüyor diye düşünüyorum. Bu yüzden de özellikle birçok ülkede bu sahil temsil niteliğini yakalayabilmiş politik liderlerin güçlendiğini düşünüyorum. Teşekkürler..

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: Teşekkür ederiz... Son oturum olduğu için sabahdan beri hiç söz almamış hocalarımız var, onlara söz vereceğiz. Onların fikirlerini duymak bizim hakkımız. Ben önce onların isimlerini okuyayım, sonra da bu konuda konuşmak isteyenleri yazacağım...

İbrahim YÖRÜK:

(Dijital İletişim Uzmanı)

Ben biraz daha sektörel kısımdan bahsedeceğim. Şu an sosyal medyanın en büyük sıkıntısı, tam olarak tanımının yapılmamış olması. İşin içinde web 2.0, web 3.0 gibi güzel kelimeleri koyarak bir müşteriye gittiğimizde, ki biz belediyelerle çok fazla çalışıyoruz; bizim karşımızdaki karar verici kısımlar sosyal medya denilen deryanın ya da çukurun ne olarak tanımlandırıldığının izahını istiyorlar ve biz de bunların açıklamasında zorlanıyoruz. Bu noktada ciddi bir problem yaşıyoruz. Bu bir iletişim mecrâsı mı, tanıtma mecrâsı mı, pazarlama mecrâsı mı net değil! Bazen benim de tereddütte kaldığım bir mecrâ...



Sn. İbrahim YÖRÜK'ün Konuşması

Medyanın genel tanımında, sıradan bir insanın kafasında oluşan unsurlar belli; ama sosyal medya deyince sadece Facebook ve Twitter'ın akla gelmesi, başlı başına bir sıkıntı oluşturuyor. Bunun içerisinde blogları koymamız lazım, belki Wikipedia'yı koymamız lazım, dijital mecrâları koymamız lazım! You Tube gibi vs. gibi yerler de dahil. Ama Türkiye'de benim gördüğüm, sosyal medyanın tanımında ve halka anlatılmasında çokça sıkıntıya düşülen bir husus var! Nasıl tanımlanacağı meselesi...

Facebook'un bir sosyal medya olarak tanımlanması mı doğru, yoksa bir sosyal ağ olarak tanımlanması mı uygun? Facebook'u sosyal medya olarak nitelendiriyoruz. Halkın kafasında oluşan tanım bu. Pazarlama kısmında ise satmış olduğumuz şeyi zora sokuyor! O yüzden 'sosyal medya uzmanı' tanımını kullanmıyorum. Yeni kisveler bulmaya çalışıyoruz kendimize! Ben, 'dijital iletişimci' diyorum, bazıları 'sosyal medya yöneticisi' diyor, bazıları da 'marka yöneticisi' gibi unvanlar buluyor. Ama tam olarak kendimizi tanımlayamadığımız bir durumdayız...

Ayrıca algı operasyonlarının sıklıkla yaşandığı bu zeminde, belki bir sosyal medya fetvası ya da ilmihalinin de tartışılması gerekiyor. Etiği tartışıyoruz ama, realitede yaşanan algı operasyonlarının sisteme nasıl zarar verdiğine de bakmalıyız. İşin realitesi bu. Yazık ki kimse sosyal medyaya döndüğümüz zaman etik istemiyor.



Sosyal medya aslında gerçekten siyasetin derinleştiği bir yere dönüştü. Siyaset dediğimiz şey taraflarla yapılan bir şey ve sosyal medya aslında daha derinleştiren bir konumda. Sosyal medya, demokrasiyi derinleştiren bir şey değil. Siyaseti derinleştiriyor ama demokrasiyi değil! Bugün sosyal medya dediğimiz şey; milletvekillerinin, siyâsîlerin bünyesinde barındırdığı ekipler üzerinden Türkiye Cumhuriyeti'nin Başbakanına operasyon çekmeye kalkan bir boyutta! Yani böyle bir noktaya geldik artık. Bunu yaşadık. Mesela Pelikan örneği...

Bugün Türkiye'de Ak Partili, CHP'li, MHP'li, HDP'li milletvekillerinin bir kısmının kendilerine özel, alt tabanda oluşturmuş oldukları birer 'trol timi' var. Burada onu da konuşmamız gerekirdi belki. 2015 Yılı'ndan bu yana sosyal medya işlerini daha çok danışmanlık yaparak geçiriyorum. Bu sebeple bunları, bu tarz vakaların sıklıkla yaşandığını bilerek ifade ediyorum. Teşekkür ederim...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: İbrahim Bey'e teşekkür ediyoruz. Kendisi canlı örnekler verdi. Şu anda içinde bulunarak çeşitli yönleriyle hissettiğimiz ve özellikle bu toplantının tertip edilmesine sebep olan konuları dile getirdiniz, teşekkür ediyorum.

Bu konuşmaların tamamı deşifre edilecek ve yayın hâline getirilecek. Ayrıca canlı yayın olarak video şeklinde bizim sitemizde de yer alacak. Bunu da belirtmek isterim...

Öğle yemeğinde Ali Saydam Hoca'nın bir teklifi vardı. 'Bu kitap ne zaman çıkacak?' diye sordu. Ve Sayın Mütevelli Heyet Başkanımız ve Rektörümüzle de tekrar görüştük. Zaten burada fiilen bu işleri realize etmek üzere görevlendirilmiş olan, benim sevgili yardımcım var. Müdür Yardımcım Ayten Çalış da çalıştay sonunda söz alacak.

Kısacası, konuşulan bütün hususlar yazılı metin hâlinde ve görüntülü-sesli şekilde kamuoyuna sunulacağı için, söylediğiniz her şey değerlidir; kıymetlidir. Kamuoyu karar verecek buradaki müzakerelerin sonucuna...

Sosyologlarımızdan Sayın Erol Erdoğan Bey'den ben rica ediyorum. Kendileri söz istediği hâlde öğleden evvel veremedim, telafi etmem gerekiyor. Buyurun Erol Bey...

Erol ERDOĞAN:

(Sosyolog)

Bütün hesaplarımdaki trol kullanıcılarını, küfreden kullanıcıları listemden çıkarıyorum; ama başka bir durumla karşılaşıyorum! Listemde küfreden, hakaret eden, cinsellik konuşan kimse olmadığı hâlde bazen bir günde aynı kötü paylaşımı yüzlerce defa görmek durumunda kalıyorum. Düşünün ki benim çevremde hiçbir trol yok, cinsellik konuşan yok, küfür eden yok! Ama ben kötü bir paylaşımı tekrar tekrar görüyorum. Bu peygamberimizle ilgili bir karikatür olabilir, bir çocuğa uygulanan şiddet olabilir ya da başka bir şey olabilir. Bunu bazen bir günde kerelerce görmek zorunda kalıyorum. Ve bunları bizzat iyi, ahlâklı insanlar ulaştırıyor bana. Ne adına? Kötülerle savaşıma adına!

Konuya buradan girdim ama aslında dijital platformlardaki problem, kötülerin varlığı değil. Kendilerini iyi zannedenlerin buraları kullanmaları ile ilgili problemleri yaşıyoruz! İlk konuşmamda şunu demiştim; Türkiye'ye internetin ilk girişindeki algı çok

problemli. Yazık ki sisteme ahlâksızlık mecrâsı olarak girdiği için, biz o mecrâyı hep ahlâklı hâle getirmek için savaştık. Aslında buradaki toplantıda da psikoloji oraya doğru kayıyor. Burayı düzeltmek, adam etmek psikolojisiyle çalışıyoruz, onun için de doğru cevapları bulmakta zorlanıyoruz



Sabah geçen konu, tam da sosyal medyaya uygun bir yaklaşımdı. Ben bir ifade kullandım, Ali Hoca ise o ifadeyi sosyal medya kültürüne uygun bir şekilde çarpıttı diyebilirim. Orada dediğim şey suydı. Bu çalıştaya genç isimleri davet ettik. Diğer arkadaşlarımız alınmasınlar ama buradaki grubun en gençleri bazı açılardan çok önemli. Çünkü sosyal medya dediğimiz alanın profil ortalamasını bu yaş grubu ifade ediyor. Birçok konuda yaptığımız hata gibi, gençlik konusunda da yaptığımız hatayı tekrar ediyoruz. Onları anlamak yerine yaş tecrübemize ya da akademik tecrübemize güvenerek burayı biçimlendirmeye çalışıyoruz.

Mesela gençlik çalışmalarımızda temel problemimiz şudur... Çok daha profesyoneliz, çok daha vakfımız var, paramız var; ama Türkiye'deki gençlerin ancak % 10'nuna ulaşabiliyoruz. Dindar, muhafazakar, İslamcı kitle; yani siyâsî olarak % 70'lik bir kitle, Türkiye'deki gençlerin % 10'nuna dahi ulaşamıyor. Sosyal medyaya hangi bakış açısıyla yaklaşıyorsak, gençlere de öyle yaklaşıyoruz. İletişimi doğru kuramadığımız için de o genç bizden uzaklaşıp başka bir mecrâyı gidiyor. Ya kendi bir mecrâ kuruyor, kendisiyle doğal iletişim kuran başka bir yere doğru ilerliyor. Sosyal medya değil de 'gençliği anlamak' üzerine bir çalışma yapsaydık, hemen aynı konular üzerine konuşurduk. Hangi sorunlarımız varsa, dijital platformla da ilgili benzer sorunları tartışıyoruz. Buradaki üç beş genç arkadaşımız gibi birkaç genç daha olsaydı daha iyi olacaktı kanaatindeyim. Ama Ali Saydam Hocam bu görüşe pek katılmadı. Bir iletişim uzmanının, bir iletişim üstadının sosyal medyaya böyle yaklaşmasını kendi açımdan

doğru bulmuyorum. Sosyal medyada aktif iş yapan, dijital göçmenler değil dijital yerliler kategorisine girenler daha fazla olmalıydı kanaatindeyim. O zaman daha sağlıklı sonuçlar çıkacaktır. Teşekkür ediyorum...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: Teşekkür ediyoruz hocam.
Mustafa Çağrıci Hocam, buyurun...

Prof. Dr. Mustafa ÇAĞRICI:
(İstanbul Eski Müftüsü)

Sözlerime bir fıkra ile başlayayım... Mazhar Osman Hoca'yı aramışlar. Yatsı vakti zannediyorum. "Üstat! Deliler hastanenin dışına kaçtı! Bakırköy sokaklarında birbirilerinin bellerine sarılarak tren yapmışlar, bir türlü içeri sokamıyoruz!" demişler. "Aman dokunmayın, geliyorum!" demiş ve gelmiş hoca. Kendisi en son vagon olmuş, gittikçe ileri gitmişler, derken en sonunda lokomotif olmuş ve treni hastanenin içine sokmuş. Bu konu da biraz ona benziyor hocam!

Erol Bey'e katılıyorum, hissiyatını da anlıyorum. Aslında biraz da hissiyat ile konuşuyor. Meselenin yukarıdan, bir buyruk tarzında çözülmesinin mümkün olmadığını söylüyor. Ben de aynı kanaatteyim tabi. Bu bir olgu ve bu olguyu önce anlamak lazım! Bütün sorunlar gibi bu da bir sorun ve görüyoruz da zaten.

İbrahim Bey en son özetledi, önümüzde çok vahim bir sorun var ve katlanarak da devam ediyor. Bunu anlamamız lazım. Türkiye'de başta siyaset olmak üzere, önce akademik kurumlar bu sorunun çapını, büyüklüğünü, hacmini pek bilmiyorlar zannedirim. Bilmek gibi bir dertlerinin olmadığını düşünüyorum. Hatta siyasetin de işine yaradığı için, 'Böylesi daha iyi!' gibi bir psikolojinin yaşandığını düşünüyorum. Türkiye'de buna benzer problemlerin bu kadar çözülemez hâle doğru gelmesinin bir sebebi, siyaset bence. Çok belirleyici oluyor. Türkiye'de herkes siyasetin gözüne bakar oldu. Dolayısıyla problemlerin çözümü güçleşiyor.



Sn. Prof. Dr. Mustafa ÇAĞRICI'nın Konuşması

Akademik kurumlar her şeyi bilgiyle, bilimle ve bilimsel kurumlarla çözer. Dünya kurulu beri de bu böyle olmuştur. Bu bilgi gökten gelmiş, yerden gelmiş; ama bir bilgi! Çözücü araç olarak bir bilgi, her zaman birinci derecede yer alır. Dolayısıyla bizim akademik kurumlarımızın da durumu ortada, bunu görmek gerekiyor.

İkincisi; akademik kurumlarımızın bu mesele ile ilgili bilinçli veya bilinçsiz, görevini yapmadığını düşünüyorum. Örneğin Türkiye'de dindarlık oranının oldukça yüksek olduğu söyleniyor. Sekiz sene İstanbul Müftülüğü yaptım, hakikaten insanımız dindar. Kendisine nasıl bir din anlatılıyorsa, o anladığı din ile yaşamaya çalışıyor. En azından bu ülkenin çok büyük bir kısmı dini değerlere, kurallara ve sembollere derinden saygı duyuyor. O bakımdan Diyanet İşleri Başkanlığı'nın son derece önemli olduğunu düşünüyorum ama Diyanet İşleri Başkanlığı'nın gündeminde de böyle bir problem olduğunu düşünmüyorum doğrusu. Çözmek için anlamak lazım. Adam etme tarzındaki yöntem ile de olmuyor bu. O tür denemeleri Türkiye çok yaptı. İhtilaller şunlar bunlar çok yaşandı, ama o tür şeylerin de işe yaramadığını gördük. Çünkü anlayarak çözmek yerine pataklayarak çözme yolları doğru bir yere götürmüyor.

Fakat şu da var Erol Bey; adamın biri demiş ki, "Gençlerin fırsatı, yaşlıların da tecrübesi bende olsa!" Hakikaten gençlerin fırsatı bir dinamiktir, o almadan olmaz. Ama dinamiği, o gücü; rasyonel, sağlıklı, değerler çerçevesinde, verimli, üretken ve yapıcı bir hâle de getirmemiz gerekiyor.

Biraz önce bir dostumuz; dijital nezaket çerçevesinde dört madde sıraladı, ben şöyle not almışım. Herkese saygı, evrensel bir kuraldır. Dijital ortam olunca bu kural geçerliliğini kaybeder diye bir şey yok! Dünya var olduğundan beri bu hep olmuştur ve kıyamete kadar da var olacaktır. Bunu dikkate almalıyız.



Sn. Prof. Dr. Mustafa ÇAĞRICI'nın Konuşması

Farklılıklara saygı aynı şekildedir ve bizim kültürümüzde de var olan bir şeydir. Müslüman kültürü olarak ele alacak olursak, peygamberimiz zamanında da vardır bu. Cevap önce düşünmek dendi, bu da öyledir. İnsanın bilinçli ve sağlıklı konuşması için düşünmek gerekir. “Öfke, yarı deliliktir!” denir bizim ahlâk kitaplarımızda. Cevaptan önce düşünmek önemli; empati ve karşı tarafı anlamak önemli.

Japonların ‘geri çağırma projesi’ni ve onun da tuttuğunu bir arkadaş söylemişti. Bütün bunları yapmak mümkündür, bunları yapmak zorundayız. Başta dile getirdiğim tren hikayesinde olduğu gibi! Adam Bakırköy’de tren yapmış, katarın peşine düşüp yakalamış ve onun şartlarını anlayarak da doğru bir yere getirmiş. Biz de bu yöntemi uygulayabiliriz diye düşünüyorum. Teşekkür ederim...

Prof. Dr. Kenan GÜRSOY:

(Felsefeci - TARMER Yönetim Kurulu Üyesi)

Çok şaşkın bir ortamda görüyorum kendimi, çünkü bir tek dayanacağım etik kavramı vardı! Bu etik kavramının nerelere gidebilecek olduğuna ilişkin beni endişelendiren bir takım kanaatlere vardım.



Sn. Prof. Dr. Kenan GÜRSOY:

(Felsefeci - TARMER Yönetim Kurulu Üyesi)

Evvela etik, iki mânâya gelebilir. Biri ahlâktan daha ileriye giden ve temellendiren bir değerler felsefesidir, diğeri de meslek ahlâkıdır. Burada medyayla ve şimdi meşgul olduğumuz sosyal medya ile alakalı ilmiyal konusu dile getirildi. Bir ilmiyal anlamında, belirli normlar şeklinde bir ahlâk tartışılacakmış gibi konuşuldu. Ve denildi ki, aslında bizim İslam düşüncesinden ve ahlâkından bildiğimiz değerlerin gündeme getirildiği bir ahlâk değildir söz konusu olan! Tam tersine ahlâkta da bu problem vardır...

Ahlâkı düşünce alışkanlıkları, davranış alışkanlıkları gibi düşünürseniz; geleneklerin zayıfladığı bir dönemde bu ahlâkı yeniden oluşturmak için etik gibi bir felsefi alana ihtiyaç duyarsınız. Ki aslında nedir değerler, ödevler, temel problemler, bunları iyice irdelersiniz ve sonra dönüp o alanın meslek ahlâkına bakarsınız. Dolayısıyla etik üzerine bir söylem oluşturacak; bu bir felsefeci temâyülüdür, önce değerler üzerine ve ahlâkın ahlâk olduğu o temel üzerinde konuşmak gerekir. Bunun en zor olduğu bir alandaymız meğerse, bunu bütün arkadaşlarım ifade ettiler.

Neden? Çünkü hayattan ve gerçek bir sosyal hayattan ayrı, sanal bir alandayız. Bunun sınırı yok, bunun temeli yok. İkincisi, global yani küresel bir alandayız. Bu da gerçek bir değer temellendirilmesi yapılmaya kalkışıldığı anda zorluklar çıkarır. Üçüncüsü, bilginin aktarımıyla alakalı değil, ikna ile alakalı bir alandayız. Bilgi aktarılacak aslı hakikat alanı üzerinden birileri ikna edilmelidir veya ona gerçek fark ettirilmelidir. Ama burada o alanda değiliz. Burada sanal bir ikna ile ilgiliz ve bu Platon kadar, hatta ondan daha eski dönemlere gidecek kadar eskidir.

Felsefe tarihinden ilham alarak iki hüküm vereyim. Birincisi, eğer çok globalleştirirseniz, biraz evvel söylediğim gibi değeri fark edemezsiniz. Bu kadar geniş bir okyanusun içerisinde yüzmeye kalkışsanız, değer kavramını kaybedersiniz. Bir

gemi, bir sal bile bulamazsınız bu denizin üzerinde yüzecek. Bu durum, ilk çağ felsefesinde söz konusuydu. Çok farklı görüşler büyük sistemlerden sonra ortaya çıktı, fakat bunun sonunda septisizm gibi hiçbir yere varmayan birtakım düşünceler de doğdu. Stoacılar başka bir noktaya yeni temellendirmeler yapmaya başladılar. Gerçekten hayattan, değerli arkadaşımızın söylediği sahih olmaktan vazgeçtiğiniz yerde hiçbir şeyi hiçbir yere oturtamayacağınız gibi, bilgiyi oluşturmayaacağınız gibi, etiği ve ahlâkî olanı da hiçbir yere oturtmazsınız. Ahlâk benim dinî literatürümün hakim olduğu o yerde, evvela hak üzerinden bilinçlendirilerek oluşturulacak olan bir ilkeler bütünüdür. Dolayısıyla sadece ikna alanında kalırsanız; etikten, bilgiden, hiçbir şeyden bahsedemezsiniz. ‘Sahih’ ifadesi vardı ya az evvel geçen, bir dakika içinde tekrar tanılar mısınız acaba onu?

Doç. Dr. Bünyamin BEZCİ:

(Sakarya Ünv. Öğr. Üyesi)

‘Sahih Temsil’ derken kastettiğim şey şu! Son yıllarda, özellikle 1980 sonrasında; klasik parlamenter sistem siyâsî karmaşanın üstesinden gelemiyor. Peki kim geliyor, kim öne çıkıyor? Aslında toplumla bağı çok sağlam olan politik liderler öne çıkıyor! Oysa geçmişte; siyasal partiler üzerinden, parlamento üzerinden, kurumsal olarak çok ön plana çıkan insan vardı ve bir şekilde ülkeyi yönetiyorlardı. Şimdi ise durum değişti. Buna belki popülist iktidarlar da diyebilirsiniz ama, ben özellikle ‘sahih temsil’ diyorum.



Sn. Doç. Dr. Bünyamin BEZCİ

Aslında şunu ifade ediyor bu kavram! Toplumun algı düzeyini, duygu düzeyini, kendisini halkla eşit bir şekilde tutabilen ama sadece orada kalmayan tipolojileri! Çünkü orada kalsa, sadece onlardan bir tanesi olur. Ama bu öyle bir şey değil. Aynı anda onlardan daha üstün olduğunu temsil anlamında fark ettirebilenler, ön plana çıkıyor aslında!

Sadece halktan olanlar başarılı olamıyor. Mesela bunun çok tipik bir örneği, Saadetin Bilgiç ile Süleyman Demirel kavgasıdır. Saadetin Bilgiç, daha halktan birisidir. Hep taşrada, hep halktan birisi olarak kalmıştır. Başarılı olan ise; hem ‘Çoban Sülü’ olan, hem de okumuş, mühendis olmuş, bir şekilde belli bir rafine bağlamdan geçmiş kişi oldu. Yani aynı çerçeveden gelmiş olmalarına rağmen! Sahih derken kastettiğim şey bu.

Sayın Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan özelinde söylersek; ‘Kasımpaşahlık’ kimliğini yaşayan, yaşadığını fark ettiren, ama aynı zamanda bizim içimizden çıkmış, bizden daha üstün birisi olduğunu kabullendiğimiz birisidir. Yani ‘sahih temsil’ dediğim şey sadece ‘temsil eden’ değil, aynı zamanda da ‘bize eşit olan’ birisi...”

Prof. Dr. Kenan GÜRSOY:

(Felsefeci - TARMER Yönetim Kurulu Üyesi)

Bu kurumlar üzerinden meseleyi değerlendirdiğimizde, ne kadar yabancılaşmış olduğumuz âşikâr. Geçen ‘şiddet sarmalı toplantısı’nda sizin yaptığınız konuşmadan ben çok etkilenmişim ve bu ‘sahih temsil’ kavramından da çok etkileniyorum.

Tabi siyaset üzerinden sosyal medyaya bakıyoruz ama, toplumsal medya üzerinden de siyasete bakabilirdik. Bence hadisenin tefrik edilmesi gereken yeri tam da burası. Özür dilerim, Musa ile Firavun arasında bir yerdesiniz. Popülizm ile gerçek, sahih temsil arasında bir yerdesiniz. Tam buradan kopuyor hadise işte!



Popülizme düşmemek, kolay bir iş değildir. Tek sığınacağınız nokta, gelenekten gelen bir irfanla bütünleşilmesi gereken o yerdir. Çünkü bu bir toplumsal tecrübeyi, tarihsel gerçekliği getirir. Aksi takdirde nerenin popülizm nerenin sahil temsil olduğunu tefrik edemezsiniz.



Sn. Prof. Dr. Kenan GÜRSOY'un Konuşması

İşte bana kalırsa etik anlamda bu işin tartışabilecek olduğu yer tam da burası. Bunu bilim adamları, felsefe adamları, iletişim insanları olarak bir köşeye koyalım; ama etik üzerine düşünme geleneğinden elde ettiğimiz önemli birtakım kavramlar ve değerler de var. Bir, haysiyete saygı! Siz haberde alan ve veren olarak insan haysiyetini gözetmiyorsanız olmaz. Ayrıca kültürümüzün başat temel değerlerinden bir tanesi olan mahremiyete itibar etmiyorsanız ve bu mânâda norma doğru ulaşmıyorsanız, her şey gider! Fakat sahil temsil konusunun ısrarla üzerinde durarak, bunu değer bilinciyle işleyerek ve geleneksel irfanla da tekrar ele alarak işlemek lazımdır diye düşünüyorum. Teşekkür ediyorum...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: Kenan Gürsoy Hocamıza da teşekkürler. Şimdi Sayın Başkanımız Ali Bardakoğlu Hocamız konuşacaklar. Kendileri epey bir süre Diyanet İşleri Başkanlığı yaptılar. Sağ olsunlar, merkezimizin kuruluşundan itibaren de bize tam destek verdiler. Zaten arz ettim, kendisi TARMER Dâimî Danışma Kurulu üyemizdir. Ayrıca şu anda yine bir üniversitesinin toplumla ve İslam dininin temelleriyle alakalı araştırmaları yürüten KURAMER adındaki Kur'an Araştırmaları Merkezi'nin de yönetim kurulu başkanıdır.

Bu kadar uzun bir görüşmeden sonra kendisinin bazı temennileri ve değerlendirmeleri olacaktır. Ondan sonra Ayten Hanım toparlayıcı bir konuşma yapacaklar...

Prof. Dr. Ali BARDAKOĞLU:
(Diyanet İşleri Eski Başkanı)

Bütün hazırûnu saygıyla selamlıyorum. Sonda olayım da sadece teşekkürlerimi arz edeyim diye arzu etmiştim. İstanbul Aydın Üniversitesi'nin çok güzel bir ev sahipliğine şahit oluyoruz. Ben sadece teşekkür için sona kalmayı arzu ettim. Zaten çok fazla uzmanlık alanımı ilgilendirmeyen konular. Alanım olmayan bir sahaya fazla müdahil olmam doğru olmaz. Ancak kendi alanım açısından birkaç paylaşım yapayım müsaadenizle...



Birincisi; “Etik kurumsaldır, kurumsal prensiplerdir.” dersek, çıkmaz sokağa girmiş oluruz. O zaman sosyal medyadaki etiği neden tartışıyoruz, kendi kurallarını kendisi koyuyor ve yoluna devam ediyor.

Dünya kuruldu kurulalı hep böyle yürümüş değerli dostlar. Sosyal medyadaki olup bitene bakıp da hayal kırıklığı yaşımanın hiç âlemi yok. İnsanoğlu elindeki imkânları hep bu şekilde kullanmış. İnsanoğlunun bütün olumsuz vasıflarını tek tek sayabiliriz ve sosyal medyada bunu görmüş olmamız sizleri hayretlere düşürmesin. Bu da hayatımızın bir parçası! Zira hayat bir bütün. Yani diğer alanlarımız çok farklı da, sosyal medyamız mı çok kötü? Hayır. Bu bakımdan karamsar olmamak gerekir. Dünya her zaman iyi ve kötü arasında mücadeleyle geçmiş. İnsanoğlu dalgalı denizde ayakta kalmaya, suya batmamaya çalışmış ve inşallah biz de hep suyun üzerinde olanlardan oluruz.



Sn. Prof. Dr. Ali BARDAKOĞLU'nun Konuşması

Kâzım Hocamız Tanpınar'ın iki dilinden söz etti. Onu düşünüyorum. Bu anlamda sosyal medya dilini çok fazla ciddiye almamak, hatta hukûkî takiplere konu etmemiz gerekir. Bir insanın makale yazarken uzun uzun düşünüp yazdığı bir cümleyle, sosyal medyada uyku arası yazdığı bir cümlemin değeri de hassasiyeti de aynı değildir. Konuşmamızın kıratı, kalitesi neyse; sosyal medyamızın kalitesi de odur. Sosyal medyamız daha kalitesiz değil. Hadis-i Şerif var ya hani; “Siz nasılsanız, öyle idare olunursunuz!” diyor. Ne kadar sahih bilmem tabi.

Ayrıca burada ‘sahih’ kelimesine takıldığımı söyleyebilirim, öyle kullanamaması gerekir. Realist temsil diyebiliriz ama sahih ifadesi olmuyor bence. Bazen gelenekten

ödünç alınan kelimeler yeni alanlara tam oturmayabilir. Kelimede ısrar eder misiniz bilmiyorum ama, daha yeni bir kelime de bulunabilir onu yerine. Toplumda karşılığı olan, toplumla örtüşen falan anlamına geliyor. Bütün tebliğcilere teşekkür ederim...



Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: Bir iki cümle ilave etmek istiyorum. Sosyal medyanın gerçekten din ile ilişkili yönleri son derece ciddi tehlikeler taşıyan boyutlardadır. Birbirilerini tekfir eden, katline fetva veren görüşler orada yer alıyor. Bunları karşı tekfirle değerlendiren görüşler de yer alıyor ve birbirilerine karşı zincirleme küfürler her iki yönde mevcut. Ayrıca sosyal medyada, istenilen yönde tonla fetva var. Yazılı medyada, görsel medyada televizyonlarda, sesli yayınlarda; toplumu din yönünde aydınlatma görevini diyanet işleri başkanlığına bırakmak istemeyen, dinin kendisini korumak ve sahip çıkmak görevini üstlenmiş çevrelerin yayınları var. Yani diyanet işleri başkanlığımız bu konuda ilgisiz kalamaz. Bu nasıl olur, yapılabilen nedir? En doğrusunu model olarak ortaya koymak bunu bilen isteyen beğenen alır, iyi modelin görülmesi lazımdır. Şimdi Hülya Hanım, sayın dekanım eleştirel gözle bakarak konuştu. Ben bir ilave yapayım. Eleştirel gözle bakmadan önce bir araştırın, nasıl olması gerektiği yönünde eleştirin. Yani dilime pelesenk edindim, eleştirel gözle bakın. Çünkü sadece eleştirel gözle bakmak yıkıcı oluyor, toplumumuzda öyle oldu. Öyle bir gençlik teşekkül etti ki, sadece eleştirip yıkmaktan öte hiçbir iş yapmadılar. Ortaya koyacak projeleri yok, eleştirdikleri alanın nasıl olması lazım geldiğine dair bir fikir oluşturmuş değiller. Tabii bu realite üzerine nereyi eleştirdikleri de belli değil, mutlak anlamda eleştiri, bu sadece yıkıcıdır. Gençlerimizin olumlu fikirleri, somut örnekler, yapıcı örnekler verdikten sonra eleştirmelerine alıştırmalıyız. Özellikle fakültelerimizde gençler araştırmacı olarak yetiştirilmelidirler. Eleştirel zihniyet araştırmanın üzerine bina edilmelidir. Netice itibariyle bugün gerçekten benim kişisel değerlendirmem fevkalade güzel bir toplantı

olduğu. Bu sizlerin katkılarıyla gerçekleşti. Ben hepiniz için ayrıca teker teker teşekkür ediyorum. Şimdi Ayten Hanım bir toparlayıcı konuşma yapacak, sonra şu yandaki odaya geçeceğiz.

Ayten ÇALIŞ:

(TARMER Müdür Yardımcısı)

Değerli hocam, teşekkür ediyorum. Öncelikle bütün büyüklerime, özellikle böyle rahmet yağan bir günde çalıştayımıza geldikleri, davetimize icâbet ettikleri için merkezimiz adına teşekkürlerimi sunuyorum.

Tabi uzun bir toplantı idi ve zihinlerimizde de çok hızlı çağrışımlar oldu. İnşallah bunlar yayınladığı zaman çok daha verimli olacaktır...



TARMER Müd. Yrd. Sn. Ayten ÇALIŞ'ın Konuşması

Ben Kenan Hocamdan da ilham alarak, şöyle bir makro tespitle girmek istiyorum. Aslında sosyal medya ve etik başlığı, insanın ve gezegenin savrulduğu yerle alakalı olan bir başlık. Yani makro bir sorunsalın, mevcut bir ayağıyla meşgulüz aslında. Sn. Ali Bardakoğlu Hocamızın da söylediği gibi, hiçbir şeyimiz düzgün değil ki sadece sosyal medyayı konuşalım! Aslında genel manzara bu...

Tabi sosyal medya ve etik ifadesi, aslında çok postmodern bir ifade oldu. Çünkü sosyal medya dediğimiz mecrâ ile etik dediğimiz değerler alanını bir araya getirmek, şu

an realiteye baktığımızda çok da mümkün görünmüyor. Zaten bizim derdimiz de bu olduğu için, böyle bir başlıkta konuşuyoruz.

Şöyle bir özetle girmek istiyorum değerli hocalarım. Aslında Said Ercan Bey'in de çizdiği genel tablodan mülhem, bir 'matrix hayatı'ni yaşamaktayız. Hiper-gerçeklik anlamında gerçekten büyük bir sorunsalın içerisindeyiz. Dekan Hocamın da ifade ettiği üzere 'küresel mühendisler'in genel bir dizaynıyla karşı karşıya olduğumuz için, tüm fitri koordinatlardan ayrı düşmüş vaziyetteyiz. Elimizde fitri ayarlarından olmuş, tırnak içinde 'modern' bir insan modeli var.

Bu tablonun bir bize bakan yönü var, bir de küresel matematiğe bakan yönü var. Dolayısıyla bireysel plana 'matrix' diyorsam, kendi şahsi terminolojimde bu mevcut durumun sosyal boyutuna da 'sosyo-matrix' diyorum. Dolayısıyla da sosyal medyada yaşadığımız sorunlar, 'sosyo-matrix'in bir parçasıdır aslında.

Bireysel plan üzerinden biraz açılım yaparsak; bedeni ile özdeşleşen, duygularıyla özdeşleşen, imajıyla özdeşleşen, düşünceleriyle, yerli ya da yersiz, doğru ya da yanlış kodları ile özdeşleşen insan, ister istemez kendi koordinatlarını, fitri ayarlarını yitirmektedir. Dolayısıyla da küresel matematiği dizayn eden insanlara çok da fazla iş düşmemektedir! Çünkü 'sürü psikolojisi' çok kolay bir şekilde oluştuğundan dolayı, ufak bir tetiklemeyle insanlar çok kolay manipüle edilebilmektedir.

Sosyal medya dediğimiz alan; çok acıdır ki, İbrahim Bey'in de trol meselelerinden yola çıkarak ifade ettiği üzere bir silaha, şantaj aracına dönmüş durumda! Tabi burada birçok durum tespiti yapılırken, hocalarımız önerileri de zikrettiler. Bu noktada benim yapacağım kişisel öneri şu olabilir...

Devlet eliyle ve özel sektörün desteğiyle makro planda bir 'kültür mühendisliği'nin çok hızlı bir şekilde başlaması gerekmekte. Buna 'toplum mühendisliği' ya da 'algılama yönetimi' de diyebiliriz. Veyahut da 'kültür diplomasisi'. Adına ne dersek diyelim, kendi toplumumuz ile ilgili böylesi bir inşâyâ ihtiyacımız olduğunu düşünüyorum. Aksi hâlde toplumca gündemimizde olan 'yeni medeniyet vizyonu' gibi ifadelerin de bir anlamı olmayacaktır.

Fakat bu inşâ süreci spesifik olarak sosyal medya ile ilgili olmayacaktır elbet. Çok daha kompleks bir çerçeve olacaktır ve konunun yayın/yayıncılık boyutuyla eş zamanlı giden, kültür mühendisliğine bakan yönü de olacaktır.

Mesela Hitler figürünü zikrettiğimiz zaman ya da Hitler ile Hz. Mevlânâ'yı yan yana getirdiğimizde, değişik duygular hissederiz. İki uç noktadır bizim için ve Hitler'den rahatsızlık duyarız. Zira Hitler bizde bir şekilde tahribatı çağrıştırır.

Hitler'in propaganda bakanı Goebbels'e baktığımız zaman, aslında Bernays'tan etkilenmiş olduğunu görüyoruz. Bu anlamda duyguları tetiklemeyi çok iyi bilen birisi, fakat 'Bernays'ın hocası kim?' diye sorduğumuzda da karşımıza Freud çıkıyor. Dolayısıyla Hitler, Goebbels, Bernays ve Freud arasında zincirleme bir etki söz konusu.

Buradan şuraya gelmek istiyorum ki, bu manzaraya baktığımız zaman; *"İnsan duyguları nasıl harekete geçirilebilir ve kitlesel bir tahribat nasıl oluşturabilir?"* sorusu ile yüzleşiyoruz. Ve bu soru, bugün piyasada 'üst akıl' olarak ifade edilen konsorsiyumun sorusu! Ben buna üst değil 'süfli akıl' diyorum gerçi. Ama sonuçta bu küresel manipülasyon alanının içerisindeyiz ve sosyal medya da bu alanın güncel alt kümelerinden biri. Bu noktada tabir yerindeyse topu taca atma hakkına da sahip değiliz! Dolayısıyla frenleri tutan, oto-kontrolünü kazanmış bireyler yetiştirmek durumundayız.

Sabahki oturumda GENAR Başkanı Sayın İhsan Aktaş'ın bir anket maddesi olarak ya da sorusu olarak ifade ettiği, *"Gençler kimliklerini oluşturmak için sosyal medyayı kullanılıyor!"* dediği nokta çok önemli esasen! Aliye Hocamız da bu tespiti yönelik şöyle bir cevap vermişti; *"Evet, kimliklerini inşâ etmek için kullanılıyorlar. Ama nasıl bir kimlik?"* Gerçekten de sıkıntılı bir kimlik. Kendi fitrî koordinatlarından olmuş bir kimlik! Ve bu marazî kimlik, her türlü silaha dönüşebilecek de bir kimlik.

Şöyle üzücü bir tablo var ki, şu an ebeveynlerin genelinde; *"Çocuklarımız bir şekilde ağlamasınlar, bizi rahatsız etmesinler! Şu tableti ellerine tutuşturalım da sussunlar!"* mantığı hakim. Daha mama sandalyelerinde başlıyor bu hâl! Neredeyse karşısında çizgi film olmayan bir çocuğun yemek yemeyeceğine inanılıyor. Yani çocukları tabletlerle susturduğumuz bir dönemi yaşıyoruz bugün ve hâliyle bu sistem de hesap soruyor bizden! O tabletler bir şekilde bize yol, su, elektrik olarak dönüyor. Kısacası böyle bir zincirleme trafik kazası içerisindeyiz...

Çözüm önerisi anlamında birkaç bağlayıcı cümle etmek gerekirse, şunları dile getirmek isterim. Halkla ilişkilerde, 'imaj' ve 'itibar' arasında önemli bir bağlantı ve fark vardır. İmaj dediğimiz şey çoğunlukla olmayan bir şeyin üzerine planlanır ve inşâ edilir; itibar dediğimiz şeyse çok daha uzun soluklu, erdemler ve değerler alanını bir şekilde gözetmek durumunda olan bir süreçtir. Dolayısıyla itibar çok daha pozitif kavramken, imaj çok daha tehlikeli bir mefhumdur. Sonuçta bizim süreç içerisinde, imaj dediğimiz o algıyı bir şekilde itibar yönetimi dediğimiz noktaya taşımamız gerekiyor. Burada sigara üzerinden bir bağlantı kuralım. Sigara ile mücadele, bundan on beş yıl önce gerçekten çok zor bir noktadaydı. Zira bu zararlı alışkanlık neredeyse bir kahramanlık, bir çekici imaj, cazibe aygıtı olarak kullanılıyordu. Fakat bugün verilen mücadeleden sonra görüyoruz ki, sigara içmek aslında çok istenilen, çok hoş bulunan bir şey değil. Hatta itici geliyor. İşte bu sonuç, bir mücadelenin neticesidir. Aynı mücadeleyi sosyal medya alanı dediğimiz spesifik sahada da bir şekilde gerçekleştirmek durumundayız. Bu dünyanın bir 'imajlar dünyası' olduğunu ve realiteden kopuk, manipüle edici, sahte bir işlev gördüğünü bir şekilde anlatmamız gerekiyor. Ve bunu da ancak 'kültür mühendisliği' dediğimiz makro bir açılımla gerçekleştirebiliriz.

Sonuç olarak işin hem bireysel hem de sosyal planı çok önemli. Erdem, değerler noktasında hocamın da dediği gibi ince başlıklar var; fakat ben çok hızlı bir şekilde iletmek istediğim noktaları ilettim aslında. Bu mecrâlarda sağlıklı algı oluşturabilmek için uzun vadeli çalışmalara girmek durumundayız.

Tabi ruhumuzdan çok şeyler geçiyor! Yerli bir yazılımımız olsun, milli bir ağıımız, arama motorumuz olsun vs. ... Aslında tüm bunların olabilmesi için, öncelikle değerler alanındaki öz koordinatlarımızı bulmamız gerekiyor. O noktada da hızın, tırnak içinde bir gelişimin bize getirdiği araçları kullanarak, bunları doğru şekilde değerlendirerek hareket etmeliyiz. Ama dediğim gibi; bireysel oto-kontrol, fitrî ayarlarımızla buluşma, sıkıntılı özdeşleşme hâllerinden sıyrılma, küresel matematiğin içerisindeki o algı oyunlarını bir şekilde çözme ve dengeyi yakalama noktaları önemli. Bugünkü toplantının da bu önemli noktalara ve elzem sorgulamalara hoş bir katkı sağlayacağını ümit ediyor; teşekkürlerimi sunuyorum...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: TARMER Dâimî Danışma Kurulu üyelerinden Prof. Dr. Caner Taslaman Hocamız bazı sebeplerden dolayı gecikmiş durumda. Kendileri bu gecikmenin cezası olarak heyetimize birer kitap hediye edecekler. Kitaplar dağıtılırken kendisinden de kısa bir konuşma rica edeceğiz ve yemeğe gideceğiz...

Prof. Dr. Caner TASLAMAN:

(Yıldız Teknik Üniv. Edebiyat Fak. Felsefe Bölümü Öğr. Üyesi)

Baştaki konuşmaları dinleyemediğim ve elimde olmayan sebeplerden ötürü geç kaldığım için, sosyal medyanın ve internetin etkisiyle ilgili özet bir şeyler söylemek istiyorum...

Çalıştayda mutlaka bu nokta ile ilgili çok şey ifade edilmiştir. Bundan 500 yıl önce dünyaya gelseydik, aşağı yukarı insanların büyük bir kısmının aile ve mahallerinin kültürüyle yoğurulduğunu, çok farklı giyinmediklerini, çok farklı konuşmadıklarını, çok farklı alışkanlıklarının olmadıklarını görürdük. Kısacası; bundan birkaç yüz yıl önce aile ve mahalle, karakter ve zihin inşasında en etkili faktördü!

Ondan sonra bunun yanına bir rol çalıcı geldi. Bu rol çalıcı da bana göre 'modern devlet'ti. Bu sefer yaygın eğitimle beraber, devlete ait eğitim kurumlarının zihinleri inşâ ettiği ve aileye rakip olduğu bir dönem yaşamaya başladık.

Ailenin, mahallenin etkisi yok olmadı; fakat eskisi kadar da belirleyici değildi artık! Modern devletin, kurduğu eğitim kurumlarıyla ciddi anlamda nüfûz etme gücü vardı ve modernleşme sürecinin gittikçe artmasıyla beraber, eğitim kurumlarında geçirilen sürenin de paralel olarak arttığını gördük. Bir yandan devletin bir yerde aileye rakip olacak kadar zihinleri şekillendirebildiği bir süreç vardı!

Fakat burada belki hiç umulmayan bir şey oldu ve bu sefer hem devletten hem de aileden rol çalan başka bir unsur geldi karşımıza! Bunun da internet olduğunu, internetle beraber televizyon olduğunu görüyoruz bugün.

Bunun gelmesiyle ailenin ve devletin önemi yok olmadı; fakat burada ciddi bir rol çalma olduğunu söyleyebiliriz. Bir yerde sırf aile etkinken, sonrasında da aile ve

devlet etkinken; bu sefer aile, medya ve devletin etkin olduğu çok karmaşık bir zihin etkileme ve inşâ etme süreci doğdu.

Tabi sosyal medya burada daha ön planda ama, televizyonun ve genel olarak internetin etkisini baz alarak konuşmalıyız. Türkiye'de ortalama dört saat televizyon izleniyor ve bu müthiş bir rakam. Ne ailenin, ne devletin, ne de eğitim kurumlarının bilgi aktarmada televizyonla ya da diğer kurumlarla yarışması mümkün değil. Şu anda bütün dünya bir yerde duvarsız ve kendi evimizin içine aldığımız eğitim kurumları var.



Eğitim derken her şeyin olumlu olduğu anlamında söylemiyorum ama, iyisiyle kötüsüyle devletin aygıtlarından ve aileden çok daha fazla bilgi ve kültür taşıyan bir araçtan söz ediyorum. Dört saat, çok büyük bir rakam televizyonda!

Tabi televizyonun kendi içinde daha değişik bir yapısı var. Ayrıca internetin içinde özellikle 'sosyal medya'nın hem televizyondan, hem aileden, hem de eğitim kurumlarından rol aldığı bir düzlem var. Sosyal medyanın bilgi ve kültür aktarımında gittikçe payını büyüttüğü bir sürece doğru gidiyoruz. Tabi bunun analizi oldukça uzun.

Bu durum bir fırsata da dönüştürebilir, zarara da dönüşebilir! Bu nokta konuşulabilir; fakat şunu bilmek lazım ki, bu süreçten kaçmak mümkün gözüküyor. Yani sosyal medyayla ilgili kabloları kesmemiz mümkün değil. Peki ne yapacağız? Bu gerçekliği kabul ederek bir şeyler yapmak lazım. Tabi hangi alanda yapmayı düşünüyorsak...

Mesele ben kendi alanımla ilgili bir örnek vereyim... Benim alanım, modern bilim-felsefe-din ilişkisi. Ve karşımızda bir sosyal medya gerçeği var, sosyal medyada kurulmuş birçok siteler var. Sosyal medyaya kızıp da kenara çekilsen, ne olacak ki bu sitelere!

Mesela bir site var. Adını vermemde de mahsur yok, sitenin adı evrim ağacı. Ateizm yönünde evrimi yorumlamaya çalışan bir mecrâ. Ben bunun yanlış olduğunu düşündüm, kitap yazdım. Belki geç gelmemi affedersiniz diye de size sunuyorum...

Diyelim ki sosyal medyada böyle bir site kuruluyorsa ve bunun da beş yüz bin takipçisi oluyorsa; ne diyeceğim ben? Kendi adıma, doktoradaki birkaç arkadaşımın beraber bilim-din ilişkisine daha olumlu yaklaşan bir siteyi önümüzdeki haftadan itibaren kurup ziyarete açacağım. Ne kadar başarılı olurum bilmiyorum ama şunu biliyorum! Başarısız olacak olsak bile, bu sosyal gerçekliği reddetmek bizi bir yere götürmez.

Eğer ki bilim-din ilişkisi içerisinde burada olumsuz bir şey görüyorsam; ki görüyorum! O zaman sosyal medyayı kullanmak dışında alternatifimiz yok. İster beğenelim ister beğenmeyelim, realite bu. Günümüzdeki düzenin karşımıza çıkardığı unsur bu! Yani bununla yüzleşmek, tek çare. Teşekkür ederim...

Prof. Dr. Mustafa Sâim YEPREM: Caner Bey'e de teşekkür ediyoruz. Toplantımız sona ermeden, acaba Sn. Rektörümüzün birkaç kelimesi olur mu misafirlerimize? Ben kendilerinin yemek daveti yapmasını arzu ediyorum...



Prof. Dr. Yadigâr İZMİRLİ: (İAÜ Rektörü)

Çok teşekkür ediyorum hocam. Tamamına katılamamakla birlikte, dinlediğim her arkadaşımın çok önemli katkılar elde ettim. Tüm hocalarımıza, değerli katılımcılara katkıları nedeniyle teşekkür ediyorum ve başarılı bir çalışma olduğunu düşünüyorum.



İAÜ Rektörü Sn. Prof. Dr. Yadigâr İZMİRLİ

Gerçekten sosyal medyanın toplumsal hayatı ne denli etkilediğini biliyorduk. Ama böylece bir kez daha anlamış olduk. Dil, üslup ve yöntem bakımından gerçekten ciddi sıkıntıların olduğu çok açık! Umarız bu konuda sağlıklı bir toplum mühendisliği yapılabilir.

Sn. Prof. Dr. Caner Taslaman Hocamızın en son söylediği gibi, Twitter'da ya da Facebook'taki birtakım bilgilendirmelere karşı yeni bir oluşumla cevap vermek noktası da düşünülebilir. Bu bilgi kirliliğinden ve üzücü, yıpratıcı üsluptan kurtaracak birtakım çalışmaların yapılmasında çok ciddi fayda var diye düşünüyorum.

Değerli hocamızın bu konuyu gündeme getirerek bizleri böyle bir toplantıda buluşturması nedeniyle kendisine ve TARMER'in çalışma ekibine çok özel teşekkürlerimi sunuyorum.

Tabi bu konuda Dr. Necdet Subaşı Hocamın da zannediyorum önemli bir katkısı oldu. Ayrıca Dâimî Danışma Kurulu Üyelerimiz de bizlere önemli katkılar verdiler.

Tüm hocalarıma teşekkürlerimi tekrar sunuyorum. İnşallah yeni bir çalıştayda hocam bizi yine bir araya getirir diye düşünüyorum ve iyi akşamlar diliyorum.

Hep birlikte yemeğe geçeceğiz inşallah...

SONUÇ BİLDİRGESİ

SOSYAL MEDYA VE ETİK ÇALIŞTAYI SONUÇ BİLDİRGESİ



Günümüzde genel anlamı ile ‘iletişim’ sahasında, özel anlamı ile de ‘yeni medya’ alanında çok hızlı bir değişim yaşanmaktadır ve ‘sosyal medya’ adını verdiğimiz mecrâ da bu önemli değişimlerin merkezinde yer almaktadır. Ne var ki gerek iletişim gerekse kamuoyu oluşturma noktalarında gitgide güçlü bir konuma sahip olan sosyal medya, ciddi etik sorunların da kavşak noktası hâline gelmiştir.

Kurulduğu 2013 Yılı’ndan bu yana toplumdaki değişim süreçlerini ve bu değişimlerin hem bireydeki hem de toplumdaki yansımalarını ele alarak bu noktaları çalıştay, sempozyum ve uluslararası toplantılarla kamuoyunun gündemine getiren İ.A.Ü. TARMER, 20 Şubat 2017 tarihinde “*Sosyal Medya ve Etik Çalıştayı*”nı düzenleyerek; konunun uzmanlar, akademisyenler ve sivil toplum örgütleri nezdinde tartışılmasını sağlamıştır. Çalıştayda vurgulanan ve aşağıda yer alan tespit ve önerilerin de kamuoyuyla paylaşımına ihtiyaç duyulmuştur...

1) Sosyal Medya, yaşanan hızlı iletişimsel süreçler sebebi ile yadsınamaz, görmezden gelinemez bir etki alanına sahip olmakla birlikte; insanların bireysel ve toplumsal yaşamlarını etkileyen etik sorunsalların da merkezi hâline gelmiştir.

2) Kullanıcıların kendi öz kimlikleri dışında sanal kimlikler oluşturarak bu mecrâda kamuoyu oluşturmaları ve gerçek kimliklerle bu şekilde iletişim kurmaları; çok ciddi sorunlara yol açmaktadır.

3) Sosyal medya, tıpkı Gezi Olayı'nda olduğu gibi insanları sıcak, doğruluğu ve yasallığı kanıtlanmamış türlü suflerle ya da provokatif hamlelerle hızlı bir biçimde örgütleyebilme ve harekete geçirebilme kabiliyetine de sahip olduğundan toplum sağlığı ve güvenliği açısından da yakından izlenilmesi ve gerekli olan noktalarda da rehabilite edilmesi gereken bir zemindir.

4) Sosyal medya, toplum psikolojisinin çok net bir biçimde gözlenebildiği sosyal bir laboratuvar olarak da görülebilmekte ve bu mecrâda bütün insanların mutluymuş gibi görünmesi ya da kendilerini olmak istedikleri şekilde lanse etmeleri de ciddi bir sosyolojik parametre olarak karşımıza çıkmaktadır.

5) Sosyal medyayı en etkin olarak kullanan kitle genç kitle olduğundan, bu zeminin dilini anlayabilmek için genç kesimin içinde bulunduğu sosyo-kültürel paradigmayı sağlıklı kavrayabilmek de bir o kadar önemlidir.

6) Sosyal medyada üslupsuz, haddi aşan, insanların mahrem alanına giren ve incitici, kırıcı, aşağılayıcı olan paylaşımlarda bulunmanın bir özgürlük, demokratik hak, söylem serbestisi olduğunu düşünen kesimin varlığı ve dahası bu kesimin baskın hâle gelmesi; bugün toplum sağlığı açısından ve genç neslin eğitimi bakımından çok ciddi bir sorundur.

7) Sosyal medya, hem bireysel hem de toplumsal anlamda bir silah olarak kullanılmakta; siyasal tetikçilik, politik manipülasyonlar ve türlü itibar suikastleri bu satıhta sıklıkla yaşanmaktadır.

8) Tanıtımın, finansal çıkarlara hizmet eden PR çalışmalarının da odağında olan sosyal medya, bu yönü ile de türlü yalanlara, menfaat odaklı yanlış bilgilendirmelere kaynaklık etmektedir.

9) Bireysel ve toplumsal anlamda bastırılmış, bilinçaltına itilmiş tüm duygu ve düşüncelerin yer yer tazyikli ve anomali şekilde dışa vurulduğu sosyal medya zemini; bundan sonraki süreçlerde tahripkar değil işlevsel boyutta kullanılan sağlıklı bir mecrâyâ dönüştürülmelidir. Bu sosyal ve bireysel rehabilitasyonun bilişim hukukundan sosyal psikolojiye, etik ve ahlâkî boyuttan toplum mühendisliğine doğru açılan her bir ayağı üzerinde de ayrı ayrı çalışılmalıdır.

