

# Kamu'da Sosyal Politika

Yıl:8 / Sayı:27 / Nisan-Mayıs-Haziran 2014 ISBN: 1306-8334



Dijital Toplum

Siber Özgürlük

İnternet Medyası

## Sosyal Medya

# Kamu'da Sosyal Politika



Memur-Sen'in  
Bilimsel, Akademik ve Sosyal Hayata  
Katkısıdır.

# İçindekiler

08

Bilgi ve İletişim Sektörü, Tüm Sektörlere Altyapı Sağlayan Bir Sektördür

Dr. Tayfun ACARER  
Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumu Başkanı

11

Bakanlık Hizmetleri ve Sosyal Bilişim

Ömer ÖĞREDİCİ  
Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı  
Bilgi İşlem Dairesi Başkanı

19

Bilişim Teknolojileri Işığında Okulu Yeniden Kurmak

Dr. Süheyla BOZKURT  
Eğitim Uzmanı  
(Milli Eğitim Bakanlığı)

25

Sosyal Medya ve Toplumsal Hareketler

Yrd. Doç. Dr. Ali KORKMAZ  
Erciyes Üniversitesi  
İletişim Fakültesi

30

Gençlik, Siyaset ve Sosyal Medya

Öğr. Gör. Mustafa BOSTANCI  
Erciyes Üniversitesi  
İletişim Fakültesi

35

Türkiye'deki İnternet Girişimciliği, Sorunlar ve Çözüm Yolları

Burak BÜYÜKDEMİR  
İnternet Girişimcisi

38

Geleneksel Bir Medya Aygıtı Olarak Sosyal Medya

Yrd. Doç. Dr. Yusuf ÖZKIR  
İstanbul Ticaret Üniversitesi

44

İnternette 'Click'al Örgütlenme

İbrahim DEMİRKAN  
Eğitimci - Yazar

49

Bilişim Toplumuna Özgü Bir Suç Tipi Bilişim Suçları

Av. Harun Kale  
Sendika Hukuk Müşaviri

55

Siber Suçlar: Ortam Sanal Olsa Da İşlenen Suç Gerçektir

Dr. Kadir AKYÜZ,  
4. Sınıf Emniyet Müdürü  
Kars Valiliği Özel Kalem Müdürü

63

Sosyal Medya ve Gerçeklik

Doç. Dr. Mehmet Sezai TÜRK  
Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi

69

Siyasette İnternetin Etkin Kullanımı

Doç. Dr. Mehmet FİDAN  
Selçuk Üni. İletişim Fakültesi

76

Gazetecilikte Dijital Devrim

Osman ATEŞLİ  
Haber7 Yayın Yönetmeni

82

Sosyal Medya-İnternet Gazeteciliği "Malesef ruhu yok!.."

Serdar ARSEVEN  
Gazeteci - Yazar

86

Sosyal Medyada Din

Prof. Dr. İlhami GÜLER  
Ankara Üniversitesi İlahiyat Fakültesi

## Sanal Alem, İnsan Sıcaklığına Alternatif Olamaz

■ Son yıllarda hayatın her alanında olduğu gibi gazetecilik alanında da teknolojik gelişmelere paralel olarak devrim niteliğinde değişimler meydana geldi. Özellikle internetin insan hayatına girmesi ve tüm dünyaya hızla yayılmasıyla, yeni bir medya anlayışı ve okuyucu kitlesi ortaya çıkmaya başladı. Dijital medya diye adlandırabileceğimiz haber siteleri, haber portalları ve sosyal medyada yer alan haberlere, sahip olduğu cihazlarla anında ulaşabilen bir okuyucu kitlesi var artık.

Geleneksel medya araçları ve geleneksel medya anlayışının yerini dijital medya araçları ve anlayışına bırakmaya hazırlandığı bu günlerde, geleneksel haber okuyucusunun bundan etkilenmemesi düşünülemez. Bu denli hızlı bir değişim ve dönüşümün olumlu yönleri olduğu gibi olumsuz yönleri de vardır. Her çözümün beraberinde yeni sorunlar getirdiği evrensel bir kuraldır. Dolayısıyla bu alanda da sorunların olması normaldir.

İnternet gazeteciliğinin; haberi yazılı, sesli ve görüntülü olarak en hızlı şekilde verme, habere cep telefonu, bilgisayar, taşınabilir akıllı cihazlarla her yerde ulaşma ve arşiv oluşturma imkanı gibi hayatı kolaylaştıran olumlu yönleri olmakla beraber, yanlış bilgilere dayalı haberlerin bilerek yayınlanması, sosyal medyada herkesin kendi alimi, kendi hocası olması, ezbere dayalı kalıp cümlelerle insanların yönlendirilmesi gibi olumsuz yönleri de vardır. Özel hayatın gizliliğinin ihlali ve bağımlılık meydana getirme durumu internet medyasının en riskli alanıdır. Özetle kitle iletişim araçları bilgiye hızlı ulaşmayı sağlamaktadır. Ancak medya takipçilerinin doğru bir şekilde enforme olmaları sıkıntılıdır. Çünkü sosyal medya bir takım illegal yapıların psikolojik hatta sosyolojik hareket alanlarına dönüşmüştür. İlke dışı propaganda, manipülasyon, dezenformasyonlarla gerçekler saptırılmaktadır. Kasıtlı olarak gerçeği çarpıtmak isteyenler, bilgi üzerinde değişiklikler yaparak “kaos” meydana getirmeye çalışmaktadır. Geleneksel savaş yerine bilgi savaşı ile toplum mühendisliği yapmaktan kaçınılmamaktadır.

İnternet sadece habercilik anlayışımızı değil hayatımızın her alanını etkilemeye başladı. Gerçek dünyadan uzaklaşan, bilgisayar, internet, DVD, akıllı cihazlar dünyasına dalan ve oradan bir türlü ayrılamayan bağımlı bir nesil var.

Teknolojik gelişmelerin insanın hoşuna giden bir özelliği vardır. Her hoş giden şey bağımlılık yapar. İsteseniz de bundan kaçamazsınız. İletişim araçları karşısında belirleyeceğimiz doğru tavır hem bu günümüzü hem de geleceğimizi etkileyecektir. Bize, ailelere, akademisyen ve aydınlara düşen temel görev teknolojik gelişmelere karşı gelmek yerine, sonuçlarını tahmin ederek bunları yönetilebilir hale getirmektir. Sanal alemin topyekun reddi yanlış olduğu gibi, bağımlılığı da yanlıştır. Dengeyi sağlamak önemlidir. Zararı en aza kazancı da en yükseğe çekmek için alternatif eğitim ve öğretim programlarını geliştirmek gerekir. Aile sohbetleri, dost sohbetleri, kitap okumaları, sosyal ve sportif faaliyetler çok önemlidir. Sanal dünyanın dostluğunun gerçek dostluğun yerine geçmemesi gerekir. İnsan sıcaklığının, samimiyetinin alternatifi soğuk ve sahte sanal ortamlar olamaz. İnsan kendini insanda bulur, sanal dostluklarda değil.

İnternet ve sosyal medya konulu bu sayımıza yazı göndererek katkı sunan düşünce adamlarına teşekkür ediyor, Kamu’da Sosyal Politika’nın bu sayısındaki bir birinden güzel yazıları keyifle okuyacağınıza inanıyorum.

### Memur-Sen Adına Sahibi

Ahmet Gündoğdu

### Sorumlu Yazı İşleri Müdürü ve Editör

Mehmet Emin Esen

### Genel Yayın Yönetmeni

Şahin Ali Şen

### Yayın Kurulu

Günay Kaya

Metin Memiş

Mehmet Bayraktutar

Hacı Bayram Tonbul

Ekrem Yavuz

### Danışma Kurulu

Prof. Dr. Yasin Aktay

Prof. Dr. Ömer Çaha

Doç. Dr. Oya Akgönenç

Doç. Dr. Erdiç Yazıcı

Yrd. Doç. Dr. Veysi Erken

Prof. Dr. Cengiz Anık

Halit Ortaköy

Hüseyin Rahmi Akyüz

Emin Şenver

Osman Timurtaş

Bilimsel makaleler ile ilgili tüm soru ve yazışmalarınız için;

Şahin Ali Şen

sosyalpolitika@memursen.org.tr

### Yayın İdare Merkezi:

Memur-Sen

GMK Bulvarı Özveren Sokak No:9/4

Demirtepe/Ankara

Tel: (0312) 230 09 72-73

230 48 98

Bürocell: (0533) 657 97 03-04

Faks: (0312) 230 39 89

www.memursen.org.tr

### Grafik Tasarım&Baskı

Norm Yazılım Ltd. Şti.

GMK Bulv. Özveren Sk. No:13/18

Demirtepe/Ankara

Tel: 0312 229 09 81

### Yayın Türü:

Yaygın - Süreli

Basım Tarihi:

Nisan - Mayıs - Haziran 2014

5000 adet

Ücretsiz Dağıtılır.



# Dijital Demokratik Toplum

■ İnsanlık, tarım toplumu ve sanayi toplumundan sonra bilgi toplumu dönemini yaşıyor. Bilgi toplumunun tarım ve sanayi toplumundan farkı, 'insan ve makine' gücü, bilgi toplumunda yerini 'düşünce ve akıl' gücüne bıraktı. Haberleşme bilgisayarın yaygın kullanılmasıyla hızlandı ve daha kolay hale geldi. Dünyada üretilmekte olan bilgiye daha hızlı erişebilmek için bilgi ağları ve veri tabanları oluşturuldu. Eğitim sürekli hâle geldi ve bunun sonucu olarak bireysellik arttı. Bilgi, yoğun bir şekilde kullanılmaya, üretilmeye ve aktarılmaya başlandı. Sürekli yeni bilgilerin üretilmesine bağlı olarak nitelikli bilgi-yoğun üretim arttı. Bilgi toplumunu tarım ve sanayi toplumundan ayıran temel özellikler elbette bunlarla sınırlı değil, ancak bu veriler bile bilgi toplumunun boyutları hakkında ipuçları veriyor.

Bilgi toplumunun etkileşimde bulunduğu en önemli kavram 'bilgi teknolojileri'dir. Teknoloji alanındaki yenilikler, toplumsal yaşamda önemli değişikliklere yol açtı. Özellikle iletişim alanındaki hızlı gelişme ve bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ile küreselleşme yaygınlaştı. Bilgi, insanların sadece yakın çevresiyle değil, uluslararası çevrede paylaşılan bir ürün haline geldi. Ayrıca teknolojik gelişmeler ekonomi, sanat, kültür, eğlence alanlarında yeni ilişkilere yol açtı ve ülkelerin gelişimi için yeni fırsatlar sundu. Bugün, dijital vatandaşlık, e-devlet, e-yönetim, e-kurum, e-sendikacılık, e-öğretim, e-ticaret vb. kavramlar en sık kullandığımız kavramlar haline geldi. İnternet, sosyal medya, twitter, facebook, instagram, youtube, whatsapp, viber ve linkedin gibi yeni iletişim-paylaşma kavramlarıyla tanıştık. Bütün bunlar toplum ve birey hayatının akışını A'dan Z'ye değiştirdi, değiştirmeye devam ediyor. Dijital vatandaşlık kavramı eğitim sisteminde yer almaya başladı. Buna göre, dijital vatandaşlık; bilgi ve iletişim kaynaklarını kullanırken eleştirebilen, çevrimiçi yapılan davranışların etik sonuçlarını bilen, ahlaki olarak çevrimiçi kararlar alabilen, teknolojiyi kötüye kullanmayarak başkalarına zarar vermeyen, sanal dünyada iletişim kurarken veya işbirliği yaparken doğru davranışı teşvik eden vatandaşlık olarak tanımlanıyor.

E-devlet deyince de, artık 7'den 70'e herkesin aklına, vatandaşlara devlet tarafından verilen hizmetlerin elektronik ortamda sunulması geliyor. Artık bilgilendirme hizmetleri, ödeme işlemleri, kurum

ve kuruluşlara kısa yollar, güncel bilgi ve duyurular, kurumlardan vatandaşlara mesajlar en kolay ve en etkin yoldan, kaliteli, hızlı, kesintisiz ve güvenli bir şekilde e-devlet yöntemiyle yapılıyor. Bu bir bilgi toplumu ve teknoloji devrimidir. Bu devrimle birlikte, coğrafi sınırlar kalktı, insanlar birbirlerine ve bilgiye vizesiz ulaşabiliyor. Bilgi toplumunda genel olarak bilinen ifadesi ve yaygın benzetmeyle 'dünya bir köy' haline geldi. Dünyada herkes herkese yazılı, görsel, sesli ulaşabiliyor.

Genelde dijital, internet medyası özelde sosyal medyanın, olumlu yanlarının yanında zararlı yönleri de var. En başta insanın hayata bakışını ve hayat tarzını değiştiriyor. Dijital dünyaya özgü sanal sosyalleşme görüntüsü altında aslında asosyalleşme ve yalnızlaşma zemini oluşturuyor/oluşuyor. Bu dünyada yaşamayı seçen birey, ailesinden, yakınındaki dostlarından ve işyerinden kopuyor, çoğu zaman gerçek ismini, kimliğini, kişiliğini bilmediği insanlarla olaylarla bağ kuruyor. Aslında bir nevi yakın dairede asosyalleşiyor. Beğenilme, görünme ve bencillik duygusunu geliştiriyor; beğenilmeme durumunda ise içe kapanma, agresifleşme ve depresif psikolojik durumlar ortaya çıkabiliyor. Psikolog ve psikiyatrlar, sosyal medya ortamlarının, sigara, alkol ve uyuşturucu maddelere özendirmesinin yanında kendisinin de bağımlılık yapabildiğini, aşırı sosyal medya bağımlılarının davranış olarak alkol bağımlılarına yakın özellikler gösterdiğini ifade ediyorlar. Özetlemek gerekirse sosyal medya, insanı gerçek dünyadan koparıyor, sanal âleme yönlendiriyor.

Sosyal medya, üretim toplumunu değil tüketim toplumunu, alın teriyle ve meşru yollardan kazanmayı değil kolay yoldan kazanmayı özendiriyor. Değerlerin yozlaşmasına, bireyin kendine yabancılaşmasına zemin hazırlıyor. Evet, internet medyası, sosyal medya, iletişim teknolojileri, bilginin hızını artırıyor. Ancak, dikkat edilmediği taktirde yozlaşmanın, çürümenin, insanın kendisine yabancılaşmasının hızını da aynı yolla katlıyor. Bu dijital serpinti altında medeniyet ve kültür değerlerimizi yozlaşmadan nasıl koruyacağız, nasıl geliştireceğiz? Bugün internet medyası ve sosyal medyada bilgi kirliliği had safhaya ulaşmış bulunmaktadır. Özellikle Kur'an ayetleri, hadisler, tarihi kişiliklerin söz ve eylemleri yalan yanlış bilgi ve verilerle sunulmaktadır. Din, reyting unsuru olarak kullanılmaya çalışılmaktadır. Bu bilgi kirliliği katlanarak büyümekte, doğru ve güvenilir bilgiye ulaşılmasını zorlaştır-

maktadır. İnternet ve sosyal medya, güzel dilimizi ve Türkçe'mizi de bozmakta ve yozlaştırmaktadır. Toplum, bu yozlaşma ve sığlaşma sonucu, düşünce, fikir ve inançlarını küfür, hakaret, alay veya tehdit etmeden anlatamaz bir noktaya geldi.

İnternet medyasının, genel anlamda, demokratikleşme, demokratik değerlerin gelişimi, vesayetini deşifresi alanlarında da tam ve başarılı bir sınav verdiği söylenemez. Bu alan, özellikle son dönemlerde sosyal, siyasal ve toplumsal mühendislik aracı ve unsuru olarak kullanıldı. Sosyal medya ortamında, milli iradeye açıkça suikast girişiminde bulunuldu. Sivil toplumu güçlendirme, demokratik değerleri geliştirme yerine küresel operasyonların taşeronu, toplumsal olayların tetikleyici unsuru, yıkıcı faaliyetlerin odağı haline getirildi. Dış ve iç vesayet odakları, internet medyası ve sosyal medyayı vesayet platformuna dönüştürmek için var güçleriyle çalıştılar, halen çalışıyorlar. Dijital ortamda, dijital darbecilik, vesayetçilik yapmaya, askeri darbelerden sonra yargı darbesini meşrulaştırmak ve hakim kılmak için demokratik değerleri, bu değerleri savunanları, seçilmiş iktidar ve organlarını itibarsızlaştırma, karalama, ötekileştirme aracı olarak kullandılar. Nitekim, bu amaçlarından vazgeçemediklerini sosyal medyadaki anti demokratik girişimlerin devam etmesinden anlıyoruz. Açılan sahte hesaplarla vesayetin borazanlığını yapmada kıyasıya yarıştılar. Bu anlamda, 7 Şubat olayı, Gezi olayları, 17 Aralık küresel operasyonu ve bugünlerde de 1 Mayıs tartışmaları sosyal medyanın tavrını görmek açısından önemlidir. Vesayetçiler ve darbeciler, sosyal medyayı "kalkışma ve ayaklanma" provaları için kullandılar, bu yolla ülkenin maddi ve manevi değerlerini tahrip etmekten çekinmediler. Küresel operasyonların ayartmasına kapılan bazı kişi ve gruplar, karalama, iftira, çarpıtma kampanyalarını öylesine abarttılar ki, özgürlüğün de bir sınırı olduğunu, bireylerin veya toplumun genel özgürlüğüne, kamu düzenine, ahlakına zarar veren yaklaşım ve anlayışların özgürlük olamayacağını unuttular.

İnternet medyası ve sosyal medyada, unutulmuş ve ihmal edilen bir gerçekte özel hayatın gizliliği, mahremiyet duygusunun zedelenmesidir. Sosyal medyada, çok rahatlıkla kişilerin özel hayatına ait fotoğraflar pervasızca yayınlanabilmekte, bireylerin şahsiyetlerine yönelik yorumlar yapılabilmekte ve videolar konulabilmektedir. Bu gayri meşru davranışlara karşı bireysel itirazlar sonuç vermediği gibi, mahkeme kararlarının da bir işe yaramadığı açılan

davalarda görüldü. Bu noktada, Anayasa Mahkemesi kararını da kısaca yorumlamakta fayda var. Anayasa Mahkemesi, bireysel başvuruyu gündemine almalıydı, almamalıydı tartışmasına girmeyeceğim. Anayasa Mahkemesi, bilgiye erişim ve yayma özgürlüğü açısından doğru bir karar vermiş olabilir, ancak kişi ve aile mahremiyetinin ihlali konusunda çözüm üretememiştir. Kendi vatandaşlarının hakları yerine twitter şirketinin hakkını gözetten bir konuma gelmiştir. Bu konuda hukuksal alt yapı oluşturulmalı, insanların şahsiyetine yönelik zedeleyici bilgi ve yorumlar kısa sürede yayından kaldırılabilirdir.

Sosyal medya, bir canavar mıdır? Sosyal medyanın, hep zararları mı vardır, hiç faydası yok mudur? Tabi sosyal medya, iyi kullanılması halinde katma değeri yüksek, toplumsal faydalar üretebilir. Yeter ki sosyal medya, insanımızı kullanmasın, insanımız sosyal medyayı kullansın, kontrol altında tutsun. Eğer böyle bir denetim ve yönlendirme sağlanabilirse sosyal medya aracılığıyla katılımçılığı, çoğulculuğu gerçekleştirebilir ve demokrasiyi güçlendirebiliriz. Sosyal medya ortamında makale, proje, üretilmiş bilgiler paylaşabilir, sistemi ve toplumunun olumlu yönde değişimi ve dönüşümüne katkı yapabiliriz. Sosyal medyayı, kaliteli ve nitelikli bir eğitim için kullanabilir, okula, üniversiteye, akademiye, enstitüye dönüştürebiliriz. Sosyal medyayı, fikir ve düşüncelerin paylaşıldığı, projelerin üretildiği, yenilikçilik ve AR-GE faaliyetlerinin yapıldığı kuluçka alanlarına dönüştürebiliriz. Sosyal yardımlaşma ve dayanışmada dünya dördüncüsü olan ülkemizi, sosyal medya yoluyla insani kampanyalarla dünya birincisi dahi yapabiliriz. Bu yolla sosyal medyayı iyilik hareketlerinin, erdemli hareketlerin hizmetine verebiliriz. Sosyal medyanın, zararlı mı yoksa faydalı mı kullanılacağı bizim elimizde. Sosyal medya aracılığıyla Cumhurbaşkanından en alt yöneticiye kadar herkese ulaşabiliyor, derdimizi anlatabiliyoruz. Bu doğrudan demokrasi, doğrudan katılımdır ki, vatandaş-devlet buluşması sosyal medya ortamında sağlanabilmektedir.

Sosyal medya konusunda dikkat edilmesi gereken husus, "Size biri haber getirdiğinde tahkik edin" ilkesine uygun davranmak, sosyal medya ortamında dolaşımda olan ve yararlanmak istediğimiz tüm bilgileri süzgeçten geçirmek, filtrelemektir. Kim söylüyor? Gerçek mi? Niçin söylüyor? Faydalı mı? Zararlı mı? Sorgulamasını yapmak gerekiyor. Popüler kültürü takip etmek yerine yerli düşünce

ve aydınları takip ederek medeniyet değerlerimizde daha çok katkı sağlayabiliriz. Mehmet Akif Ersoy, Batı'nın "ilim ve fennini" almamızı öğütlerken, Batı'nın toplumsal zaaflarından kaçınmamızı teklif ediyor. Artık ilim ve fenni de üretmek durumunda. Çünkü her ilim ve fen, yanında kendi medeniyet ve kültüründen bir şeyler getiriyor. Artık büyüyen ve gelişen Türkiye'nin yeni hedefi bilim, sanat, kültür, demokrasi ve toplumsal ahlakta en önde gitmek olmalıdır.

İnternet ve sosyal medyadan sivil toplum ve sendikal örgütlenmelerde de yararlanabilir miyiz? Evet, yararlanabiliriz. Hatta sosyal medya kanalıyla yeni sendikal örgütlenme modelleri dahi geliştirebiliriz. Dijital ve ağ toplumunda, sendikal örgütlenmeler sosyal medya ortamında yapılabilir; sadece örgütlenmeler değil sanal eylemler de gerçekleştirilebilir. Özellikle toplu sözleşme süreçlerinde yapılacak sosyal medya ortamındaki kampanyalardan etkili sonuçlar alınabilir. Sendikalar, sosyal medyayı hak arama aracı, sosyal tepki meydanlarına dönüştürebilir. En önemlisi, sosyal medya yoluyla yeni üyelere ulaşılabilir, sendikalı olmaları yönünde telkinler yapılabilir.

Sonuç olarak demokrasiler, tarafsız, bağımsız ve özgür siyasi partilerin, sendikaların, sivil toplum kuruluşlarının ve medyanın olduğu ortamlarda kendilerine hayat hakkı bulabilirler ve kendilerini geliştirebilirler. İnsanlar, kendilerine doğrudan sosyal katılımı sağlayan internet ve sosyal medya aracılığı ile demokrasinin ve toplumun gelişimine büyük katkı sağlayabilirler. Bu etkinin olumlu veya olumsuz olacağını bizim zihniyet dünyamız belirleyecektir. Medeniyet ve kültür değerlerine bağlı bir vicdanla, demokrasi ve özgürlükten yana tavır alırsak elbette olumlu olacaktır.

Bu düşüncelerle dergimize yazılarıyla katkı sunan değerli akademisyen, bürokrat, yazar, yönetici ve düşünce insanlarına teşekkür ediyorum.



# Bilgi ve İletişim Sektörü, Tüm Sektörlere Altyapı Sağlayan Bir Sektördür

**Genişbant erişim ulaşım- enerji- su gibi temel alt yapı oldu. Bu nedenle ülke kalkınmasıyla doğrudan ilişkili olan bu konuda her sektörün zihninin berrak olması, konuyu tüm yönleriyle anlaması, araştırması ve vizyonumuzu paylaşması gerekir.**

Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü, diğer sektörlerle altyapı sağlayan lokomotif bir sektördür ve ülkenin ekonomik kalkınmasında önemli etkiye sahiptir. Türkiye’de Bilgi ve İletişim Teknolojileri Sektöründe halen 841 yetkilendirme yapılmıştır, bu yetkilendirmeler 521 işletmeci tarafından tüketiciye sunulmaktadır. Sabit telefon abone sayısı 13.5 milyon, İnternet abone sayısı 32.6 milyon, Mobil abone sayısı 69.6 milyon, 3G mobil abone sayısı 49.3 milyon, Mobil internet kullanan abone sayısı 24,1 milyondur. Kısaca M2M denilen makine-

ler arası haberleşmeye ilişkin rakamları son bir yıldır alıyoruz. M2M abone sayısı 2 milyonu aştı. Türk Telekom’un 2012 yılında 167.921 km olan fiber

uzunluğu %8 artarak 181.973 km olmuştur. Alternatif işletmecilerin 2012 yılı itibarıyla toplam fiber uzunluğu 42.364 km iken 2013 yılında %7 artarak 45.440 km olmuştur. 2013 Aralık sonu itibarıyla 770.570 elektronik imza ve 297.996 mobil imza olmak üzere toplam 1.068.566 elektronik sertifika oluşturulmuştur. 2013 yılı sonu itibarıyla “Nic.tr” kayıtlarında 346.074 adet “.tr” uzantılı alan adı bulunmaktadır. Bu alan adlarının %72,3’ü “com.tr”, %9’u “gen.tr”, %3,6’sı “gov.tr”, %3,3’ü ise “web.tr” uzantısına sahiptir. Bunlar önemli rakamlar tabii önemli rakamlar ve son on yılda bu rakamlar hep katlayarak artmıştır.

Son elli yıl içinde, insanlık yeni bir çağ ile tanıştı. Bu, Bilgi çağı ya da internet çağıdır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde çok hızlı değişim ve gelişimler yaşandı. önemli bir dönüm noktası internetin bulunmuş oldu. İnternet, ilk kez 1969’da Amerika Birleşik Devletlerinde askeri amaçla kullanılmaya başlandı ancak ticari anlamda tüm dünyada kullanılmaya başlanması 1991 yılında oldu. Biz bu gün o tarihi unuttuk, sanki hayatımızda çok daha uzun süredir hatta her zaman internet vardı zannedecek kadar hayatımızın bir parçası oldu.

21. yüzyıl dünyasında, ülkelerin sosyal- ekonomik gelişmesi, kurdukları genişbant erişim altyapısı ile orantılı olacak. Günümüzde, genişbant erişim



ulaşım- enerji- su gibi temel alt yapı oldu. Bu nedenle ÷lke kalkınmasıyla doğrudan ilişkili olan bu konuda her sektörün zihninin berrak olması, konuyu tüm yönleriyle anlaması, araştırması ve vizyonumuzu paylaşması gerekir. ÷lkeler ulusal genişbant erişim altyapılarını iyi kurmak, bu altyapıyı ilgili tüm alanlarda en verimli şekilde kullanmak ve uluslar arası ağa dahil olmak zorundadır. Çünkü, sağlıktan eğitime, e- ticaretten, e- yönetime her alanda geleneksel üretim ve yönetim biçimlerinden, yeni dünya düzenine dönüşüm ve uyum ancak bu sayede olacaktır.

Bu gün dünyada 2 milyar 800 milyon insan internet kullanıyor. İnternet kullanımını değerlendirirken, bilgi toplumu olma sürecine katkısını göz ardı etmememiz gerekiyor. Bu gün 33 milyon genişbant erişim abonesi, 50 milyon civarında internet kullanıcısı hiç de azımsanmayacak rakamlardır. Ancak, burada benim üzerinde durmak istediğim konu, internet kullanımına ilişkin sayısal verilerin niceliği

ile ilgili değil yalnızca. Niteliksel olarak da internet kullanımı önemli. İnternet içeriği, internette bilgi güvenliği işte bu noktada önem kazanıyor.

İnternette bilgi güvenliği, on yıldan daha az bir zamandır gündemimize girmeye başlandı, internet güvenliği, siber güvenlik, kişisel verilerin korunması, siber suçlar, siber suçlardan altyapıları, donanım ve yazılımları, kişisel verileri koruma, gençleri ve çocukları internet ortamında işlenen suçlardan ve zararlı içeriklerden koruma ve daha bir çok yeni kavram da böylece hayatımıza girmiş oldu.

Üzerinde önemle durmak istediğim bir diğer konu da internet içeriğinin zenginleştirilmesidir. İnternette yerli içeriğin artırılması, bilgi paylaşımı, bilgiye erişim, bilginin kullanılması için önem taşımaktadır. İnternette Türkçe içeriği zenginleştirmeliyiz. Çünkü Bilgi toplumuna dönüşüm, bilgi birikiminin, kültür öğelerinin, insanlık mirası olan ve internet yoluyla paylaşılabilir bilgi ve belgelerin

elektronik ortama aktarılması, o ortamda paylaşılması, güvenilirliğinin ve güvenliğinin sağlanması ile mümkün olacaktır. Aksi takdirde sunulanla yetinmek zorunda kalırız. Bunun için yerli fikri mülkiyetin geliştirilmesi ve Ar-Ge faaliyetlerinin artırılması son zamanlarda üzerinde önemle durduğumuz ve somut adımlar attığımız konular arasındadır. Uluslararası bilişim şirketlerinin Ar-Ge merkezlerinin Türkiye’de kurulması sağlanmış ve devam etmektedir. Ayrıca Ar-Ge personeli istihdamının artırılması yönünde yaptığımız düzenlemeler de olumlu sonuçlar vermiştir.

Ar-Ge, inovasyon ve girişimcilik kültürünün

**Ar-Ge, inovasyon ve girişimcilik kültürünün bireylere erken yaşlarda kazandırılması çok önemli. Biz de bu yönde çalışmalar yapıyoruz. Ayrıca, Kamu, Özel Sektör ve Üniversite işbirliğinin artırılmasını, ortak yatırımla bilişim Ar-Ge laboratuvarlarının kurulmasını, teknoparklar ve yenilikçilik merkezlerinin yaygınlaştırılması konularında da yoğun çalışmalar yapıyoruz.**

bireylere erken yaşlarda kazandırılması çok önemli. Biz de bu yönde çalışmalar yapıyoruz. Ayrıca, Kamu, Özel Sektör ve Üniversite işbirliğinin artırılmasını, ortak yatırımla bilişim Ar-Ge laboratuvarlarının kurulmasını, teknoparklar ve yenilikçilik merkezlerinin yaygınlaştırılması konularında da yoğun çalışmalar yapıyoruz. Bilgi Teknolojileri ve İletişim Kurumunun gelirlerinin %20’sinin Ar-Ge için ayrılmasını da çok önemsiyoruz. Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı koordinasyonunda Ar-Ge Fonunun işletilmesi için başvuruları değerlendiriyoruz. Değerli çalışmalar bu fo-

na başvurmaktadır, başvuruların daha da artması gerektiğini düşünüyorum. 2023 vizyonumuzda, Ar-Ge harcamaları için ayrılan payın GSYİH’nın % 2,5’i seviyesine çıkarılmasını hedefliyoruz.

Bu ve daha bunlara benzer bir çok hedeflerimiz var. Hedeflerimize yönelik çalışmaları başlattık daha kısa sürede hedefimize ulaşmış, aşmaya uğraşıyoruz.

Bu hedeflerimize ulaşmamız için kamu-özel sektör ve üniversitelerin işbirliğinin şart olduğunu vurgulamak istiyorum. Sektörün iş hacminin büyütülmesi, iş olanaklarının artırılması için bu önemli. Nasıl ki içe kapalı toplumların ekonomileri gelişmiyorsa, her işini kendisi çözmeye çalışan, çözebildiği ile yetinen kuruluşların da hem kendilerine katkıları olmaz, hem de yazılım başta olmak üzere bilişim sektörünün büyümesine katkıları olmaz.

Türkiye Siber Güvenlik konusuna önem veren ülkelerden biridir. Bana göre alt yapılarımızın güvenliği ülke ve toplum güvenliğiyle eşdeğerdir. Bu konuda son yıllarda Türkiye’de ciddi bir farkındalık görülmekte. 5809 sayılı Elektronik Haberleşme Kanunu, 5651 sayılı İnternet Kanunu, 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu, Kayıtlı Elektronik Posta gibi birçok düzenleme yapılmıştır. 20 Ekim 2012 tarihli Resmi Gazete’de Ulusal Siber Güvenlik Çalışmalarının Yürütülmesi ve Koordinasyonu ile Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanlığı görevlendirildi. Ve farklı kuruluş temsilcilerin katılımıyla “Siber Güvenlik Kurulu” kuruldu. Ayrıca Siber Güvenlik Kurulu tesis edilerek “Ulusal Siber Güvenlik Stratejisi ve Eylem Planı” hazırlanarak yürürlüğe konuldu. Ayrıca Siber güvenlik konusunda bugüne kadar yapılan bir çok çalışma ve tatbikat yapıldı. Siber Güvenlik Tatbikatlarına katılan kuruluşlar; sahip oldukları bilişim sistemlerinin yeterliliklerini test etme imkanı buldular. Ülkemizdeki en üst düzeyde farkındalığın artırılmasını amaçlayan bu çalışmalar ve tatbikatlar sayın Ulaştırma Denizcilik ve Haberleşme Bakanımız başta olmak üzere üst seviyede desteklendi. Siber güvenlik konusunda unutulmaması gereken husus; Siber Saldırıların ucuz ve kolay olduğu, ancak Siber Savunmanın pahalı ve zor olduğudur.

# Bakanlık Hizmetleri ve Sosyal Bilişim

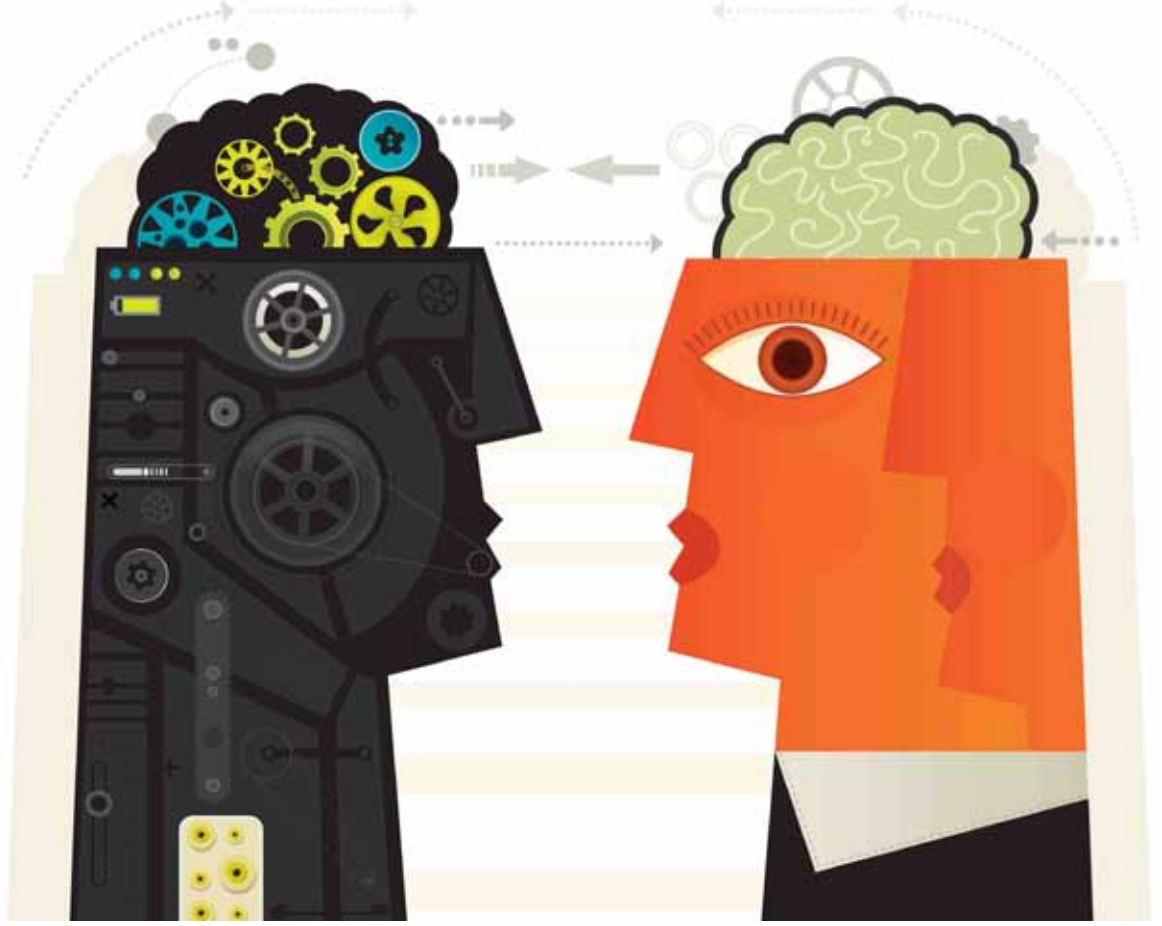
İnsanoğlunun teknik, ekonomik ve toplumsal alanlardaki iletişimde kullandığı ve bilimin dayanağı olan bilginin özellikle elektronik makineler aracılığıyla düzenli ve akla uygun bir biçimde işlenmesi bilimine “Bilişim” denmektedir. Günümüzde, Bilişim sistem ve teknolojilerindeki gelişmeler hız kazanmıştır. Bu hıza bağlı olarak da kamu ve özel sektörde bilişime dayalı talepler son derece artmıştır. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı olarak birçok alanda yapmış olduğumuz çalışmalarla teknolojinin tüm imkanlarını kullanarak hem personelimize hem de vatandaşlarımıza daha hızlı hizmet götürme imkanını sağlamış bulunmaktayız.

İnternet, bizleri bilgiye zaman ve mesafe sınırı tanımaksızın ulaştırmakta ve aynı zamanda bilgiyi en kolay ve verimli bir şekilde paylaşmamız için gerekli ortamı sunmaktadır. Tüm zamanların en önemli buluşları nedir sorusuna son bir kaç yıl içinde verilen cevapların internet üzerine odaklanması elbette tesadüf değildir. Çünkü internet dünyayı öylesine küçülmüş ve şeffaf hale getirmiş durumda ki artık hemen her şey bir tık ötemizde yaşamımızın bir parçasıymış gibi bizimle birlikte yaşıyor sanki. Tabii internetin olumlu yönleri söylemekle bitmez. İnternetin hayatımıza etkisi aslında bilişim sektörünün hayatımıza olan etkisinin bir sonucu. Dola-

yısıyla internetin melek mi yoksa şeytan mı olduğuna da bu sektöre yön verenlerin interneti bize nasıl göstermek istediklerinin etkisi çok büyük. Bilişimciler göre melek olduğu kesin. Ama mağdurlar ya da objektif gözlemciler gözüyle baktığınızda ortaya bir şeytan da çıkabiliyor.

İnternetin olumlu ve olumsuz yönleriyle ilgili olarak geçtiğimiz yıllarda İstanbul’da çok önemli, uluslararası bir panel düzenlenmişti. Panelde ortaya öylesine çarpıcı araştırma sonuçları kondu ki eğer bir TV kanalında canlı yayımlanmış olsaydı, herhalde o andan itibaren hiç kimse evinde bilgisayar bulundurmaz ya da çocuklarını mümkün olduğunca bilgisayardan uzak tutardı.

**Çocuk pornosu, şiddet ve kumar internetle patlama noktasına geldi. Tüm dünya gibi Türkiye de bu şeytan üçgeninin tam göbeğinde bulunmaktadır. Tehlikeden korunmanın ya da etkisini azaltmanın yolu ise bilinçlenmeden geçiyor.**



Neydi bu korkunç tablo?

Çocuk pornosu, şiddet ve kumar internetle patlama noktasına geldi. Tüm dünya gibi Türkiye de bu şeytan üçgeninin tam göbeğinde bulunmaktadır. Tehlikeden korunmanın ya da etkisini azaltmanın yolu ise bilinçlenmeden geçiyor. Ama maalesef bu konuda ne yaşamız var ne de eğitilmiş insan gücümüz. Bakanlıklar arası koordinasyon ise yok gibi.

İşte panelden çıkarılan altı çizilesi bazı tespitler:

- İnternet kökenli çocuk istismarı, toplumun dokusunu bozuyor.
- İnternette çocuk pornografisi sınır tanımıyor.
- Anne babalar interneti bakıcı olarak görüyor. Oda-sına kapanan öğrenciler onları mutlu ediyor. Ama en büyük tehlike kontrolsüz ve sınırsız internet kullanımını.
- Kumara, olumsuz cinsel içeriklere, şiddete ve

oyunlara yönelik koruyucu programlar ve filtreler, her bilgisayara mutlaka yüklenmelidir.

- Çocukların yüzde 70'i internet kafe'lerde internete giriyor. Buralarda hiçbir denetim yok.
- Öğrenciler ödevlerini hazırlarken, kendilerini bir anda porno sitelerinde buluyorlar.
- Bilişim suçlarının ilk sırasında çocuk pornosu var.
- Çocukları anlamanın yolu bilişim teknolojisinden geçiyor. Çocuklarla ebeveynler arasındaki kuşak farkı üçe çıktı.
- Çocukları korumak için interneti iptal etmek de en az denetimsiz serbest bırakmak kadar tehlikeli.

Tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de bilgi ve iletişim sistemlerinin kullanımı gün geçtikçe artmaktadır. Bilgisayarlar hayatımızın her alanında kendisine yer bulmuş ve vazgeçilmez olmuştur. Kamu kurumlarının yanı sıra enerji, sağlık, ulaşım,

haberleşme ve finans alanlarında hizmet veren kurum ve kuruluşlar da bilgi ve iletişim sistemlerini kullanarak hizmet vermektedir. Türkiye genelinde internet kullanımının 2002 yılında nüfusun yaklaşık yüzde 11 civarında olduğu tahmin edilirken şu anda internete bağlı çeşitli cihazlardan günde en az bir defa internete girenlerin oranı yüzde 56 olduğu tahmin ediliyor. İnternete girmenin ötesinde günde internette geçirilen ortalama süre ise 118 dakika. Bu oranın Avrupa ortalamasının, 95 ile 97 dakika arasında olduğunu hatırlatmakta fayda var.

## Sosyal Mühendislik

Toplumun büyük bir kesiminin bilgi ve iletişim sistemleri ile bu kadar iç içe olduğu bir durumda birden çok risk ortaya çıkmıştır. Ancak çoğumuzun adını belki de hiç duymadığı sosyal mühendislik, üzerinde ciddiyetle durulması gereken bir konu haline gelmiştir. “İnsanoğlunun zaafılarını kullanarak, bireylerin normal koşullarda paylaşmamaları gereken bilgileri elde etme sanatıdır sosyal mühendislik.” Saldırgan, bilginin gizliliğine, nasıl korunduğuna ve kaynağına, göre değişen yöntemler kullanarak amacına ulaşmaya çalışır. Bu saldırılar bazen e-posta yoluyla bazen bir telefon görüşmesi bazen ise kullandığımız sosyal ağlar vasıtasıyla gerçekleşebilir. Saldırgan, kurbanının merakını, vicdani değerlerini, inancını, insanlara olan güvenini, acıma duygusunu, korkularını, zaafalarını (makam, para, cinsellik, ego) kullanarak bilgi hırsızlığı yapmaya çalışır. Bazen telefonla sizi arayan bir kişi yetkili olduğunu öne sürerek sizden sıra dışı taleplerde bulunmaya başlar ve isteklerini yerine getirmedeğiniz takdirde kötü sonuçlarla karşı karşıya kalınacağı vurgusunu yapar. Bazen ise internet üzerinden gelen bir e-posta da çalıştığımız kurumun sistem yöneticisi olduğunu söyleyen yahut müşterisi olduğumuz bankanın personeli olan ve bizden kullanıcı bilgilerimiz ile şifremizi isteyen saldırılarıyla karşı karşıya kalırız. Üstelik tüm bunları yaparken, daha önce sizin hakkınızda bilgi topladığı için konu ile ilgili ayrıntıları tek tek sayarak sizin güveninizi kazanır. Çoğu bilginize kolaylıkla ulaşmıştır çünkü; daha önce katıldığımız bir ankette, internet üzerinde zarsız gibi görünen sitelere üye olurken, sosyal ağlar üzerinde bilgilerimizi paylaşıırken, hatta sokakta telefonla konuşurken bile kişisel bilgilerimizi çevremize dikkat etmeden paylaşmışızdır. Karşımızdaki kişi bazen öyle iler gider ki ustaca hazırlanmış bu senaryoya inanarak istediği bilgileri teker teker önüne dökeriz. Yaptığımız hatanın sonunda çalıştığımız

kurumun veri kaybetmesi, hizmetlerinin akması, dolayısıyla itibarının zedelenmesine neden olabiliriz. Yahut banka hesaplarımız birkaç saat içinde boşaltılıp maddi ve manevi zarara uğratılabiliriz.

Unutulmamalıdır ki tehlike hiç ummadığımız bir anda gelebilir. Tanımadığımız kimselerden gelen istekler karşısında daha dikkatli olmalı, paylaşılması gereken kişisel ve kurumsal bilgileri ne şekilde olursa olsun kimse ile paylaşmamalıyız.

İnsanların sürekli gelişim halinde olan bu yeni teknolojilere hızlı bir şekilde uyum sağlaması bu teknolojilerin gelişimini şekillendirmiştir. Günümüzdeki en önemli öğelerden biri olan bilgi, gelişen bilişim teknolojileri ile hem daha çok artmakta hem de bilgiye erişim gittikçe daha kolay hale gelmektedir.

Bilişim çağında, ülkelerin; büyüme, rekabet etme, istihdam sağlama ve dünya ekonomisinde pay sahibi olmaları bilişim ve teknoloji alanının da sahip oldukları üstünlüğe bağlıdır. Bilim ve teknolojinin ülkeler üzerindeki, kalkınma ve verimlilik etkisi büyüktür. Bilişim sektörünün en önemli sermayesi ise eğitilmiş insanlardır.

Bilişim sektörü gelişmesinin yanı sıra, insanların yaşamını kolaylaştırma anlamında, kattığı olumlu özellikler nedeniyle de önem taşımaktadır. Bilişim bu yönüyle engelli bireylerin hayatını kolaylaştırma ve sosyal hayata bağlanmaları konusunda en önemli etkenlerden biridir.

Engelli bireylerin, sosyo-ekonomik hayata katılabilmelerinin ve hizmetlerden yararlanabilmeleri için, bilişim teknolojileri ve hizmetlerindeki erişilebilirlik ve kullanılabilirlik alanlarında yapılacak olan bir çalışmanın engelli bireylerin yaşam kalitesini arttırmaya yardımcı olacağı unutulmamalıdır. Bilindiği gibi internet engelli kişilere bilgi ulaşımı ve iletişimi

**Tanımadığımız kimselerden gelen istekler karşısında daha dikkatli olmalı, paylaşılmaması gereken kişisel ve kurumsal bilgileri ne şekilde olursa olsun kimse ile paylaşmamalıyız**



açısından da çok önemli bir olanak sağlamaktadır. Bu yüzden engellilerin de bilgiye ulaşmalarını sağlayacak yapıda internet siteleri oluşturmak önem arz etmektedir.

Bakanlığımızın hizmet alanları içerisindeki bilgiye kolay ve hızlı bir şekilde ulaşım sağlanması için internet sitemiz oluşturulmuştur. Herkese erişim ve fırsat eşitliği sağlamak sosyal katılım için önemlidir. Bu nedenle internet sitemiz, özellikle engelli vatandaşlarımızın da bilgiye kolaylıkla ulaşabilmeleri için W3C (web standartlarını belirleyen kurum) ve erişilebilirlik standartlarına uygun olarak tasarlanmıştır.

### **Sosyal Politikalar Alanında Bilişimin Yeri ve Önemi**

Bakanlığımız kurulmadan önce Türkiye’de sosyal politikalar alanında faaliyet gösteren çeşitli kamu kurum ve kuruluşları arasında iletişimin yeterli kadar sağlanamaması, vatandaşlara sunulan hizmetin kalitesini olumsuz etkilemekte, verimliliği dü-

şürmekteydi. Sosyal politika alanında sunulan hizmetleri daha verimli bir şekilde sunabilmek, sosyal hizmet ve yardımlara ilişkin ulusal düzeyde politika ve stratejiler geliştirmek, uygulamak, uygulamasını izlemek ve ortaya çıkan yeni hizmet modellerine göre güncelleyerek geliştirmek amacıyla Sosyal Politikalar alanında faaliyet gösteren çeşitli genel müdürlükleri ve idari birimleri tek bir çatı altında toplayan Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı kurulmuştur.

Bakanlık bünyesinde hizmet veren birimlerin, kendilerine verilen görevleri etkin bir şekilde yerine getirebilmeleri için ilgili birimleri ilgilendiren projelerin, Bakanlık bilişim altyapısına uygun olarak tasarlanmasını ve uygulamasını sağlamak, teknolojik gelişmeleri takip etmek ve Bakanlık otomasyon projelerini Strateji Geliştirme Başkanlığı ile işbirliği içerisinde belirlemek, bilgi güvenliği ve güvenilirliği konusunun gerektirdiği önlemleri almak, politika ve ilkeleri belirlemek, kamu bilişim standartlarına uygun çözümler üretmek amacıyla Bilgi İşlem Daire Başkanlığı kurulmuştur.

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı, hayatın her alanında sosyal sorumluluk sahibi olan bir kurumdur. Hangi alanda olursa olsun, dezavantajlı vatandaşlara yönelik sosyal politikalar oluşturabilmek için, doğru ve nitelikli veri sahibi olmak önemlidir. Sosyal politikaları temellendirebilmek için kullanılacak veriler sayısal olmalı, yurt genelini kapsamalı, sürekli güncel ve sağlıklı tutulmalıdır. Örneğin, engelli vatandaşların faydalanmasına yönelik bir politika yalnızca yürüme engelli veya yalnızca işitme engelli vatandaşları göz önüne alarak oluşturulursa, anlamsız ve yetersiz kalmaması mümkün değildir. Benzer şekilde, korunmaya muhtaç çocukların bakımına yönelik tam donanımlı yeni bir tesis planlamasında, eksik veri nedeniyle yetersiz sayıda kapasite ile uygulamaya geçildiği takdirde, bu tesis ne yazık ki amacına ulaşamayacaktır.

Güncel ve sağlıklı veri sahibi olmanın böylesine önem taşıdığı bir alanda, hizmet kalitesini günden güne geliştirmek, ancak çok isabetli bilişim politikaları oluşturmakla mümkün olabilir. Bakanlığın kurulduğu ilk günden itibaren bu bilinçle yola çıkmış olan Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı olarak, en önemli hedeflerimiz, verilerimizi güncel ve güvende tutabilmek, aynı zamanda bu verilere mümkün olduğunca kesintisiz erişim sağlayarak, ülkenin dört bir yanına kaliteli hizmet götürülmesine zemin hazırlayabilmektir.

Bakanlık verilerinin güncel tutulabilmesi, ancak vatandaşla bire bir temas halinde olan taşra teşkilatı kamu görevlilerinin, vatandaşların bilgisi ve onayı dahilinde elde ettikleri bilgileri, bakanlık bilgi sistemlerine anlık olarak işleyebilmesi sayesinde, bilginin veriye dönüştürülebilmesi ile gerçekleşir. Bu nedenle, tüm Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı çalışanları, hem bilgi sistemlerinin kesintisiz çalışabilmesini hem de taşra teşkilatının bu sistemlere kesintisiz erişebilmesini her zaman birinci planda tutmaktadır.

Bu hedefi gerçekleştirebilmek için, sadece kesintisiz iletişim de yeterli değildir. Elde edilen verilerin içerden ve dışardan meydana gelebilecek olumsuzluklardan etkilenmemesi için pek çok güvenlik önlemi alınmaktadır. Söz konusu verilerin, ne yazık ki bilişim sektöründe bol miktarda bulunan saldırgan amaçlı kişi ve yazılımlardan korunması büyük öneme sahiptir.

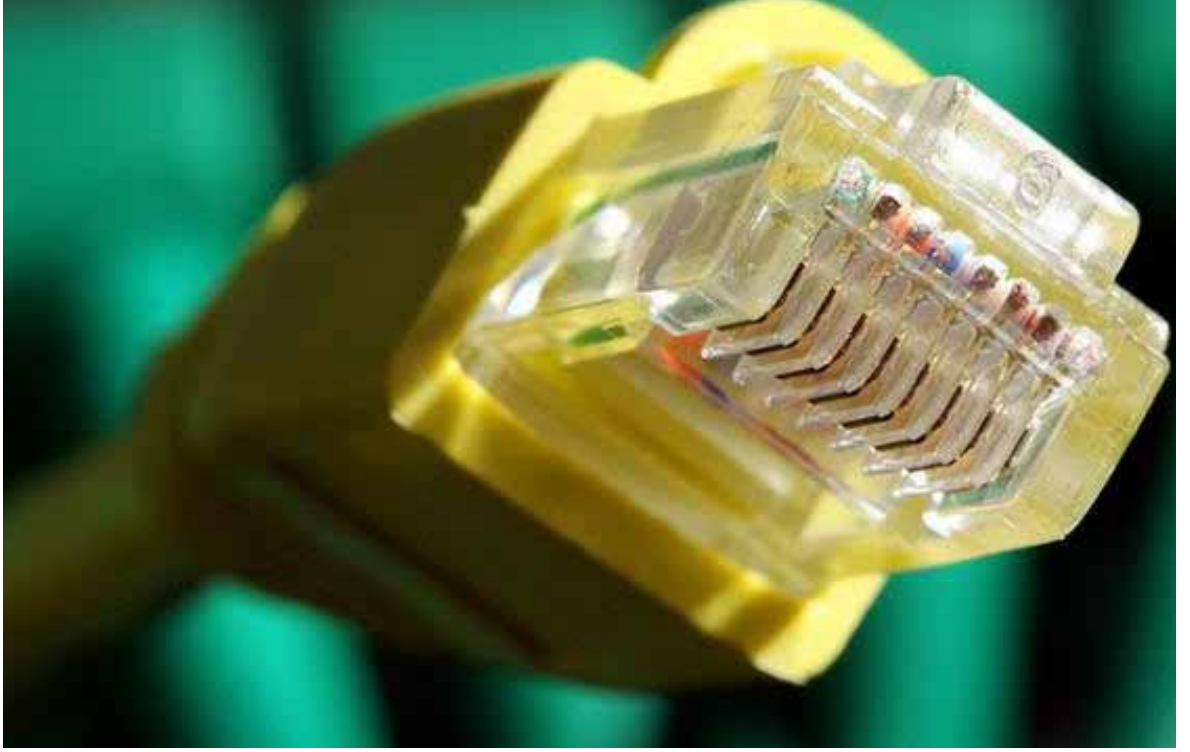
Varoluş amacı hizmet etmek olan Bakanlığımızın, Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı çalışanları olarak hedefimiz, bilişim alt yapımızı günden güne geliştirmek, bilgi sistemlerimizi yeni teknolojilere uyarlamak, bilgi güvenliği ve sürekliliğini sağlayabilmek ve kesintisiz hizmet sunabilmektir.

Bakanlık çatısı altında toplanmadan önce ilgili genel müdürlüklerin bilgi işlem birimlerince geliştirilen/koordine edilen projeler, Bakanlık Bilgi İşlem Daire Başkanlığı'na devredilmiştir. Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü(SYGM) tarafından, bakanlık süreci öncesinde, 2009 yılında geliştirilmesine başlanan ve hali hazırda Bakanlık Bilgi İşlemi tarafından idame ettirilen Sosyal Yardım Bilgi Sistemi (SOYBİS) uygulaması, web servisleri üzerinden birçok kamu kurumundan sorgulamalar yapmaktadır. SOYBİS uygulaması başlangıçta SYGM'ne bağlı Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfları (SYDV)'nin kullanımı için geliştirilmiş olup talep üzerine diğer bazı kamu kurumlarının da kullanımına açılmıştır. SOYBİS uygulamasını kullanan kurumlar ve uygulamanın veri temin ettiği kurumlar dikkate alındığında hem mevzuat anlamında hem de bilgi işlem altyapısı anlamında Bakanlık teşkil eden Genel müdürlüklerin aynı çatı altında toplanmış olması isabetli bir karar olarak değerlendirilmektedir.

SOYBİS uygulamasının, sosyal yardım başvurusunda bulunan vatandaşların sosyal hizmetler kapsamındaki gelir durumlarını tespit için Ekonomik Destek Yardımı ve Engelli Evde Bakım Yardımı verilerini temin ettiği mülga SHÇEK, adı geçen yardımların bağlanmasına yönelik karar mekanizmalarını güçlendirebilmek için SOYBİS uygulamasını kullanmaya başlamıştır. Benzer şekilde, 2022 sayılı yasa kapsamında daha önce Prim-siz Ödemeler Genel Müdürlüğü tarafından bağlanan 65 yaş aylığı ve engelli maaşları SOYBİS tarafından SYDV'na ve diğer kullanıcılara sunulan bir bilgi iken, adı geçen maaşların bağlanmasında ilk başvuru mercii olan Mal Müdürlükleri vatandaş başvurularını alırken ilk adımda SOYBİS uygulamasını kullanmaya başlamışlardır. Mevcut durumda ise 2022 sayılı yasa kapsamında SGK tarafından yapılan maaş ödemeleri ve işlemleri bu kanunun 1. Maddesinin 1. Fıkrasının

**...hedefimiz, bilişim alt yapımızı günden güne geliştirmek, bilgi sistemlerimizi yeni teknolojilere uyarlamak, bilgi güvenliği ve sürekliliğini sağlayabilmek ve kesintisiz hizmet sunabilmektir**





da 11/10/2011 tarihli ve 662 sayılı KHK'nin 9 uncu maddesiyle, bu fıkrada yer alan "İl veya İlçe İdare Heyetlerinden" ibaresi, "İl veya İlçe Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıflarından" şeklinde değiştirilmesi ile SYGM'ne devredilmiştir.

Yoksul vatandaşların sağlık güvencesi kapsamına alınmasını sağlayan Yeşilkart uygulamasında vatandaşların mali durumlarının gerçekten Yeşilkart almaya uygun olup olmadıklarına daha sağlıklı bir şekilde karar verilebilmesi için Sağlık Bakanlığına bağlı Yeşilkart Bürolarında da SOYBİS uygulaması kullanılmaya başlanmış olup, kişilerin Yeşilkart sahibi olup olmadıkları bilgisi SOYBİS uygulamasında, uygulamayı kullanan kurumlara sunulmaktaydı. 633 sayılı KHK ile genel sağlık sigortalılığının tespitinde esas alınacak gelir tespit testlerine ilişkin usul ve esasları belirlemek, sosyal yardımlaşma ve dayanışma vakıflarıyla işbirliği yaparak uygulamak Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın görev alanı arasında sayılmış olup 1 Ocak 2012 tarihi itibarıyla önceden Yeşilkart Bürolarınca yürütülen işlemler SYDV'ler ve SYGM tarafından yürütülmektedir.

### **Sosyal Politikalar Alanında Kullanılan Bilgi Sistemleri**

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın yürüttüğü sosyal hizmetler, aileden engelliye, çocuktan yaşlıya, gençten yoksula kadar pek çok yaştan, cinsiyet-

ten ve toplumsal ekonomik durumdan birey, grup ve topluluğu hem doğrudan hem de dolaylı yönden etkilemektedir. Bu geniş hizmet ağı ile ulaşılan her bir bireyin yaşadığı sorun ya da içinde bulunduğu ihtiyaçların temelini inildiğinde ailesinden ayrı düşünülmesinin mümkün olmadığı görülmektedir. Bu nedenle "aile", Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı'nın hizmet verdiği gruplar içinde özel ve öncelikli bir önem taşımaktadır.

Bu bağlamda aileye ve ailedeki çocuk, kadın, yaşlı, engelli gibi aile bireylerine yönelik sosyal hizmetler kapsamında yapılan inceleme ve müdahalelerin kayıt altında tutulması büyük önem taşımaktadır. Bu kayıtların sosyal hizmet mesleğinin etik ilkelerine uygun şekilde tutulması ve saklanması da önemli bir gereklilik olarak ortaya çıkmaktadır. Bu kapsamda bireylere ait bilgilerin gizlilik içinde saklanması, arşivlenmesi, bireylerin sosyal hizmette tekrar ihtiyaç duyması halinde meslek elemanları tarafından hizmet kalitesini artıracak bir şekilde tekrar kullanılabilmesi önemli bir ihtiyaç olarak karşımıza çıkmaktadır.

Mevcut durumda sosyal hizmetler ve sosyal yardımlar alanında yürütülen hizmetlerin bilişim altyapısı ve yazılımlar ağırlıklı olarak bakanlığı teşkil eden Genel Müdürlükler tarafından yürütülen faaliyetler çerçevesinde doğrudan kendi öz kaynaklarıyla veya dolaylı olarak geliştiren uygulama-

lardan oluşmaktadır. Uygulamaların tarihi gelişimi ve hâlihazırdaki durumu ana hatlarıyla SYGM tarafından sosyal yardım alanında yürütülen faaliyetler ve (mülga)SHÇEK tarafından sosyal hizmetler alanında yürütülen faaliyetler başlıkları altında incelenebilir.

Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğü(SYGM) için TÜBİTAK tarafından 2008 yılında geliştirilmesine başlanıp, ilk modülü 2010 yılında devreye alınan ve halen geliştirilme süreci devam eden bütünleşik sistemi büyük çaplı bir otomasyondur. Yapılan otomasyona SYGM ye daha sonra verilen görevler çerçevesinde Genel Sağlık Sigortası için gelir tespiti, 2022 engelli yaşlı aylığı, engelli evde bakım aylığı gibi kapsamlı modüllerinin projeye eklenmesiyle proje 2014 yılı sonu itibarıyla tamamlanacaktır. Sistem üzerinden muhtaç vatandaşlara da yılda milyarlarla ifade edilen yüksek miktarlarda ödemeler hesaplanmakta ve yapılmaktadır.

Bunlarla birlikte bilişim faaliyetlerimize 2012 yılı başında elektronik belge/doküman yönetim sistemi ve personel yönetim sisteminin kurum ihtiyaçları çerçevesinde tasarlanarak kullanılmaya başlanılmasıyla evrak ve doküman yönetimi konusunda ülke standartlarını yükseltecek seviyede adım atılmıştır. Eskiden Kurumumuzda evraklar bilgisayarlarda üretilip çıktılarını alınıp paraf ve imza makamlarına fiziki olarak ulaştırılmaktaydı. Bu da hizmetin gecikmesine ve ek maliyetlerin ciddi boyutlara ulaşmasına sebep olmaktadır. Daha hızlı ve kaliteli hizmet ve daha az maliyet hedefiyle web tabanlı "Elektronik Belge Yönetim Sistemi (EBYS)" projesi çalışmalarını tamamladık. Böylece vatandaşlarımızdan gelen dilekçelerin daha hızlı işlem görmesini, Bakanlık Birimleri arasında yapılan resmi yazışmaların hızlanmasını ve kağıt, yazıcı, toner gibi masrafların çok büyük miktarda azaltılmasını sağlamış olduk.

Bu projelerin dışında kurumun bilişim personellerince geliştirilen çeşitli büyüklüklerde birçok proje bulunmaktadır. Bu projeler genellikle web tabanlı olup yukarıda bahsedilen projelerin kapsamında bulunmayan ihtiyaçları gidermek amacıyla, hızlı bir şekilde geliştirilen projeler olup zaman içerisinde ihtiyaçlara göre kapsamı genişlemektedir. Bilgi İşlem Dairesi Başkanlığı olarak biz de bu hizmetlere katkı sağlamak amacıyla çocukları ve aileleri ilgilendiren birçok projeye imza attık. Örneğin çocuk hizmetlerinde mevcut verilere daha hızlı ulaşımı ve bu verilerin raporlama çalışmalarının daha etkin bir şekilde yapılabilmesi için Çocuk Hizmetleri

Genel Müdürlüğümüze "Koruyucu Aile Veri Giriş ve Raporlama Sistemi" ve "Evlat Edinme Veri Giriş ve Raporlama Sistemi" projelerini geliştirdik. Böylece çocuklara ve ailelere ait bazı verilerin ulaşımını ve raporlanarak analiz edilme süreçlerini ciddi manada hızlandırmış olduk. Bu niteliklerde olan proje sayısı 50 civarında olup yaklaşık 20 tanesi aktif olarak geliştirilmektedir.

Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı Sosyal Yardımlar Genel Müdürlüğüne bağlı olarak ülke genelinde her il ve ilçede faaliyet gösteren 973 Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Vakıfı personeline Bakanlık tarafından geliştirilen uygulama programlarının kullanımına ilişkin son kullanıcı desteği vermek üzere 2009 yılının Mart ayında 4 kişilik bir ekiple çalışmalarına başlamıştır.

VOIP teknolojisi üzerinden 6000 hattını arayan kullanıcılarla çağrı merkezi disiplini altında yılda 100.000'e varan sayılarda görüşmeler gerçekleştiren Yardım Masası biriminin çalışan sayısı artan talebe kaliteli hizmet sunma prensibiyle 2014 yılına gelindiğinde 16'ya çıkartılmıştır.

Sosyal yardım alanında ortak veri tabanı eksikliğini gidererek kurumsal bir sosyal yardım sisteminin alt yapısını oluşturmayı amaçlayan Bütünleşik Sosyal Yardım Hizmetleri Bilgi

Sistemi ile 2010 yılından bugüne kadar geçen dönemde 8.000.000 dolayında hane dosyasına ilişkin aynı ve nakdi yardım kayıtları tutulmuştur. SGK Gelir Testi İşlemleri kapsamında vatandaşların gelir durumlarının tespitine olanak sağlamak üzere diğer kurumların veri tabanından 14 ayrı başlıkta eş zamanlı sorgulamalar yapılarak 5.600.000 SGK Gelir Testi işlemi gerçekleştirilmiştir. Programda ilgili modüller üzerinden süreçlerin yerine getirilmesinde ve yaşanan teknik problemlere çözüm bulunması aşamalarında Yardım Ma-

**Sosyal yardım alanında ortak veri tabanı eksikliğini gidererek kurumsal bir sosyal yardım sisteminin alt yapısını oluşturmayı amaçlayan Bütünleşik Sosyal Yardım Hizmetleri Bilgi Sistemi ile 2010 yılından bugüne kadar geçen dönemde 8.000.000 dolayında hane dosyasına ilişkin aynı ve nakdi yardım kayıtları tutulmuştur**



sası çalışanları TÜBİTAK G222 ekibiyle koordineli olarak 10.000'e yakın sayıda ki vakıf personeline IP telefonlar üzerinden son kullanıcı desteği sağlamaktadır.

Uygulama programlarının ve IP telefonlarının internet ortamında güvenli bir şekilde çalışmasına imkan tanıyan VPN bağlantılarının SYDV ler ile Bakanlık arasında oluşturularak modemlerinin yapılandırılması ve sürekliliklerinin takip edilmesi aşamalarında da Yardım Masası çalışanları vakıf personellerine teknik destek sunmaktadır.

Bakanlık merkez ve taşra teşkilatında çalışan personellerin aile.gov.tr uzantılı kurumsal mail adreslerinin oluşturulması ile bilgisayarlarına giriş yetkilerinin verilmesi/güncellenmesi/iptal edilmesine dair işlemleri de yine ilgili programlar üzerinden SMS yoluyla Yardım Masası çalışanları gerçekleştirmektedir.

### **Gelecekte Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı**

İçinde bulunduğumuz döneme, çağın gerektirdiği teknolojiyi hizmet bekleyen vatandaşlarımızla en kısa sürede buluşturmak için önümüzdeki on yılı en doğru şekilde planlamak üzere başladık. Çalışmakta olduğumuz verinin bu süreçte ne kadar büyüyeceğini öngörmek, akıllı iş operasyonları geliştirmeyi ve büyük verinin zorluklarını aşarak uzmanlaşmayı sağlayan yeni teknolojileri kullanmak ve kurumsal süreç mükemmelliğini yakalamak ana hedeflerimiz oldu. Kurumsal

mimari; çok sayıda farklı yapıyı yönetme, bu yapılardaki unsurlar arasında bulunan karmaşık ilişkileri kavrama, etki analizi yapma, senaryo planlama ve modelleme gibi çeşitli zorlukları aşmak, yeni nesil iş zekası uygulamalarında gerçek zamanlı bilgileri sunmak, dolayısıyla da operasyonel mükemmelliği sağlamak üzere "gerçek zamanlı veri izleme ve analiz" teknolojilerini sistemimizle bütünleşik hale getirmek elbette hiç kolay olmayacak. Ancak böyle bir sistemin oluşturulmasının ne kadar önemli bir kazanç potansiyeli oluşturabileceği hakkında yaşanmış pek çok örnek var. ABD'deki bir üniversite, ana sistem üzerinde kurulmuş ERP sistemlerindeki verilere öğrencilerin mobil cihazlarla erişebileceği bir portal sunarak yılda yaklaşık bir milyon dolar tasarruf elde etmiş durumdadır. Aynı zamanda mobil teknoloji ve ana sistem birlikteliği ile öğrenciler kayıt yaptırmaktan ders seçimine ve not karşılaştırmalarına kadar her şeyi mobil cihazları üzerinden yaparak zamandan tasarruf sağlamışlar.

Yapılacak çalışmalar ile hem süreçlerin şeffaflığını ve kolay ulaşılabilirliğini sağlamış olmayı hem de uzun vadede kurumsal hafızanın korunması için önemli bir adım atmaya planlıyoruz. Süreçlerdeki iyileştirme alanlarından da, elde ettiğimiz bulguların sonucuna göre çevrim sürelerinin kısaltılması, hataların azaltılması ve vatandaşlarımızla ilgili şikayetlerin azaltılması gibi kazanımlar sağlamayı amaçlıyoruz.

Bu yolda desteğini esirgemeyen tüm paydaşlarımıza sonsuz teşekkürler.

*\*Bu yazı daire başkanlığımızdaki çalışanların ortak çalışmasıdır*

# Bilişim Teknolojileri Işığında Okulu Yeniden Kurmak

Küreselleşme, insanoğlunu, farklı enerji kaynaklarının kullanımı sonucu ortaya çıkan yeni üretim süreçlerini kullanmaya zorlarken, aynı zamanda yeni davranış kalıpları oluşturmaya yöneltmiştir. Küreselleşme ile birlikte günlük yaşamda gereksinim duyulan bilginin ve verilerin yapısı da değişmiş, geleneksel eğitim anlayışı yerine çok ortamlı eğitim ve öğretim sistemleri oluşturulmaya başlanmıştır.

Makro-ekonomik ve sosyolojik dengeler, buluşlar ve buluşların topluma yayılması küreselleşmenin temelini oluştururken; Avlin Toffler bu değişimleri üç dalga teorisinde açıklamıştır. Toffler, birinci dalgayı tarım toplumu, ikinci dalgayı sanayi toplumu olarak nitelendirmiştir. Günümüzde ise dijital çağla başlayan bilgi toplumu söz konusudur. Üç dalgayı oluşturan kırılmalar sonucu dünyanın ihtiyaç duyduğu insan niteliklerini de değiştirmiş ve insan toplulukları ortak değerler oluşturmaya başlamıştır. Oluşturulan bu değerler ve farklı nesil gruplarının bir arada yaşaması ciddi anlamda bir paradigma değişimini zorunlu kılmaktadır. Eğitim, yarını kurma stratejilerini oluşturmada en önemli araçlardan bir tanesidir. Bu açıdan düşünüldüğünde, eğitimde de ciddi paradigma değişimine ihtiyaç vardır. Eğitimde artık insanların yüz yüze birbirlerine bilgi aktardıkları ve bunun için özel binaların olduğu geleneksel eğitim anlayışı yerine, farklı bilgi ve iletişim teknolojileri araçlarının kullanıldığı, Dünya'nın

bir okul hatta sınıf olarak algılandığı bir eğitim ortamı anlayışını benimsemek gerekmektedir.

Herkesin yaşamın her anını bir öğrenme, paylaşma ve anlayış deneyimine dönüştürmesini sağlayacak "e-ğitsel ağlar" kurulması fikri ilk kez 1970'lerde Ivan ILLICH'in "Okulsuz Toplum" adlı eserinde tartışılmıştır. Okulda öğretilen bilgiyi sadece devletin yeniden üretim sürecine katkı sağlayan bir araç olarak gören ILLICH; isteyen, istediği bilgiyi, istediğinden öğrenmesi gerektiği fikrini dile getirmiştir. Bulunduğu dönemde çağdaşları tarafından çeşitli şekillerde eleştirilen ve ütopya olarak değerlendirilen bu fikirler, çağımızda değişen paradigmanın da bel kemiğini oluşturmaktadır. Artık günümüzde internet kullanımı

***Eğitimde artık insanların yüz yüze birbirlerine bilgi aktardıkları ve bunun için özel binaların olduğu geleneksel eğitim anlayışı yerine, farklı bilgi ve iletişim teknolojileri araçlarının kullanıldığı, Dünya'nın bir okul hatta sınıf olarak algılandığı bir eğitim ortamı anlayışını benimsemek gerekmektedir***



nın artmasıyla beraber kişiler, bilgi, deneyim ve hatta becerilerini sosyal paylaşım ortamları aracılığıyla birbirlerine aktarmaktadır.

Sosyal, politik, teknolojik ve ekonomik değişimler, her yüzyılda, yaşayan bireylerin benzer davranış kalıpları ve ortak değer yargıları oluşturmalarına neden olmuştur. Farklı çağlarda yaşayan bireylere Baby Boomers, X Nesli, Y Nesli ve Z Nesli gibi isimler verilmiş ve yaşadıkları çağın özelliklerine göre benimsedikleri ortak davranış kalıpları çeşitli bilimsel çalışmalarla ortaya konulmuştur. Eğitim sisteminin yeniden inşa edilmesi gereken günümüzde bu nesillerin özelliklerini çok iyi bilmek gerekmektedir.

### **Y Nesli Özellikleri**

Y Nesli, yaklaşık 1980 ile 1999 yılları arasında doğmuş, çoğu iyi eğitilmiş, çok seyahat eden, geçmişte hiç olmadığı kadar teknolojiye hakim olabilen çok yönlü bir nesildir. Bu nesil mensupları, bilgisayar, internet, DVD ve kişisel telefonlar dünyasında yaşarlar.

Bu neslin mensupları ayrıca süreçten çok sonuca odaklıdır; toplumsal görevlere ve ahlak değerlerine duyarlıdır, ancak para kazanmaya çok önem verirler. Topluma ve toplumsal rollere katkı sağlamak, bu nesil için önemlidir.

Y Neslinin genel özellikleri şu şekilde özetlenebilir (Jorgensen,2003,43):

- Bilişim ve kitle iletişim araçları ile ilgili geniş bir kavrayışa sahiptirler.
- Güçlü iş etiği ilkelerine, girişimci ruha ve sorumluluk bilincine sahiptirler.
- Değişimleri, rahat bir şekilde kabul edebilirler.
- Daha hoşgörülü ve açık bir toplum inşa etme peşindedirler.
- Hedeflerine ulaşmak için dayanışma, işbirliği ve iletişimi önemli bir değer olarak kabul ederler.

- Gelecekle ilgili kendilerine güvenleri yüksektir ve geleceğe olumlu bakarlar.
- Koçluk ve mentörlük yoluyla kişisel gelişimleri için çaba sarfetmek önemli bir değerdir.
- İyi eğitilimlerdir. Beceri ve uzmanlık alanlarındaki başarıyı önemli görürler
- Şirketlerine uzun dönemli bağlılıkları yoktur; ancak çalışanlara karşı kişisel bağlılıkları vardır.
- Kişisel değer ve hedefler çalışma ile ilgili olanlardan daha önemlidir.
- Çalıştıkları işyerlerinden daha fazla maaş, esnek çalışma programları için işyerlerinden ayrılabilirler.

Bu nesil, daha çok e-mail, cep telefonu ile mesaj, sosyal ağ siteleri, bloglar, google ve teknolojinin diğer biçimleri ile birbirleriyle iletişim kurarlar, bilgi edinirler ve öğrenirler. Bu nesil mensuplarını yönetenlerin daha çok katılımcı yönetim deneyimine ve daha fazla iletişim becerisi kullanabileceği kanallara ihtiyacı vardır. Onlar için; öğrenme, dikkatlerini çekme ve kazanımların gerekli olacağı konusunda ikna olmaları önemli ve etkilidir. Bu nesil çalışanları için öğrenme, amaca dönük olduğu zaman gereklidir, bu yüzden de öğrenme etkinlikleri, daha az kurama daha çok deneyime dayalı olmalıdır.

### Z Nesli Özellikleri

Z nesli 2000 yılı ve sonrasında doğanlara denir. Bunlar henüz 14 yaş civarında oldukları için iş yaşamına girmemiştir. Bu neslin iş yaşamı üzerinde ne tür etkiler bırakacağını tahmin etmek ise çok zor değildir. Çünkü bu nesil günümüzde yaygın olarak kullanılan akıllı telefonlar ve tablet bilgisayarlar kullanmaktadır. Teknoloji ile beraber doğdukları için oyuncak ile oynamak yerine ipad'lerle oynamayı tercih etmektedirler. Bu yüzden de çabuk tüketen bir nesil olduğunu söylemek mümkündür. Bu nesil aynı anda birden çok şeyle ilgilenebildikleri için yetenekleri de oldukça gelişmiştir.

Gelecek yüzyılda Z neslinin genel özelliklerinin aşağıdaki gibi olacağı öngörülmektedir (<http://hurariyav.com.tr/goster/haber.aspx?id=101868>).

- Teknoloji ile son derece iç içedirler.
- Coğrafi sınırları olmadığı için tüm dünya ile entegre olabilirler, ve bu nedenle de kompleksli

değillerdir.

- Kadın ve erkeklerin sosyal rolleri değişecek ve bu rollere bağlı olarak daha yüksek gelir grubuna sahip olacaklardır.
- Çok fazla bireysel ve bağımsız yaşadıkları için yalnız yaşam artacaktır.
- Pek çok işi bir arada yapabilen bir nesil olacaktır.
- İşyerlerine bağlılıkları çok az ve tatminsiz olacaklar.
- Yaratıcılık ve yenilikten zevk alan ve aynı zamanda güven arayan bir kuşak olacak.

Görüldüğü gibi farklı nesil grupları, farklı özellikler sergilemektedir. Bu farklı özelliklere göre yeniden inşa edilmesi gereken okul ve eğitim sisteminin özelliklerinin nasıl olması gerektiği ise ciddi bir tartışma konusudur.

### Okulu Yeniden Kurmak

Yaşamakta olduğumuz paradigma değişikliği başka eğitim tarzlarını da gerektirmektedir. Temel bilgilerin ve akıl yürütme biçimlerinin öğretilmesi, bilgilerin bütünlüştürülmesini öne çıkaran yöntemlerle tamamlanmalıdır. Klasik eğitimin zamanı çizgiseldir. Bu tür bir eğitim yapılması farklı zamanlarda ortaya çıkabilecek durumları kişilerin değişik biçimlerde ele almasına engel olabilecek bir yapı üzerinde kurulmuştur. Bölümlere ayrılmış bilgi, bölük pörçük bir eğitime yol açabilir. Yıllarca okullarımızda yaygın olarak kabul görmüş ve uygulanmış Taylor'cı eğitim sistemi bilgilerin bölümlere ayrılması, bunların öğreten objeler olarak öğretmenler tarafından alıcıya aktarılması üzerine kurgulanmıştır.

**Z-nesli 2000 yılı ve sonrasında doğanlara denir. Bu neslin iş yaşamı üzerinde ne tür etkiler bırakacağını tahmin etmek ise çok zor değildir. Çünkü bu nesil günümüzde yaygın olarak kullanılan akıllı telefonlar ve tablet bilgisayarlar kullanmaktadır. Teknoloji ile beraber doğdukları için oyuncak ile oynamak yerine ipad'lerle oynamayı tercih etmektedirler**

Oysa günümüzde bilgilerin fraktal olarak çoğalmas, sistematik olarak bilgi edinme amaçlı ansiklopedik bir tutum yerine, yeni bilgileri tümleştirebilecek ve görselleştirebilecek sistemci bir yöntem geliştirilmesini zorunlu kılmaktadır. Öğrenmeyi öğrenmek yalnız yeni bilgilerin filizlenip çiçeklenmesi için verimli bir ortam hazırlamak değil, aynı zamanda daha önceden bilinenleri işlevsel kılmak ve sıraya koymak, böylece eylemlerimize bir anlam kazandırmaktır. Bu yaklaşım öğretilen bilgilerin önceden belirlenip farklı kurumlarca denetlenmesi yerine bilgilerin “çekirdek bilgi” çerçevesinde yeniden kurgulanmasını gerektirmektedir. Eğitim her bireyin, bilginin farklı hiyerarşik düzeyleri arasındaki ilişkileri yeniden kurmasına yardım etmek durumundadır. Günümüzde, eğitime, programın çizgiselliğinden uzaklaşıp, yaşamın her dönem ve yaşına uygun birbirine bağlanabilir bilgi modülleri yaratmak ve insanın yaşam ve dünya tasarımını zenginleştirici kişisel bir bütünlük halinde sentez yaratabilmesi gibi değişik işlevler yüklemek gerekir.

Fraktal eğitim olarak adlandırılacak bu yeni eğitim biçimi, bilgiye erişimde kişiselleştirilmiş yol ve yöntemler, yaratıcılığın geliştirilmesi, akıl yürütme için gerekli yöntemlerin kazanılması, sistemci tutumla bilgilerin tümleştirilmesi ilkelerine dayanır. Fraktal eğitim, karmaşık yığınlar halinde

bilgi bombardımana tutulan bireylerin, bilgileri nasıl organize edileceğini, toplumsal olarak nasıl bir geribeslenme düzeni kurulacağı konusunda yönlendirici olmak zorundadır. Tabi ki bu eğitim, okul binalarının sınırlarını aşan, uç uca eklenmiş bilgi blokları içerisinde bireylerin kendi bilgi küresini kurmaya odaklanmalıdır.

Kitle iletişim araçlarının yaygın şekilde kullanılması, geleneksel eğitimin başlıca rakibidir. Televizyon ve

internetin yaygınlaşması, fikir, yaşam tarzı ve davranış biçimlerini aktarmada sağladığı hız, okulun işlevinin yerini kitle iletişim araçlarına bırakmasına neden olmaktadır. Medyanın kısa vadede verdiği kültür geçicidir ancak bilinç ve belleği etkileme özelliğine sahiptir. O nedenle okullarımızda gelecek nesillere benimsetmeye çalıştığımız fikir, yaşam tarzı ve davranış biçimleri söz konusu çevresel etkilerden soyutlanamaz. Olması gereken ise belki de medya, kitle iletişim araçları ve bilişim teknolojileri ile okulun değerlerini uzlaştırmak ve ortak yaşam alanı kurmaktır.

Okul, iletişim araçlarındaki patlama, çözümlenemeyen sistemciliğe paradigma değişimi olgularından en çok etkilenen kurumdur. Bu nedenle okulu yeniden kurmak ve tasarlamak gerekmektedir. Bu bağlamda, sınıf, teknik ve yöntemsel araçlar, öğretmenin rolü gibi eğitimin öğelerinin yeniden ele alınıp düşünülmesi gerekmektedir.

Yeni kurulan okulda öğretmenden hem bilginin taşıyıcısı, hem programın yürütücüsü, hem sınıfın devindirici etkeni, hem de disiplin ve düzenin sağlayıcısı olmasını beklememek gerekir. Yeni kurulan okulda öğretmenin, bir aracı, bir katalizleyici, bir devindirici olması gerekir. Bir öğretmenden bundan yüzyıllarca önce yaşayan Sokrates gibi rol oynaması, bilgiye erişme yollarını göstermesi, örnekler vererek, gerek insan gerek bilgi kaynaklarının merkezi olması beklenmemelidir.

Aynı zamanda okullarımızda yaygın olarak kullanılan bilgisayar ve iletişim teknolojileri araçları, eğitsel uygulamalarıyla bir dersten çok daha fazla pedagojik öz ve içerik gerektirmektedir. Bu nedenle bilişim teknolojileri gençlerimiz için “vakit geçirme aracı” olmaktan çıkarılıp, “zihinsel yatırım” yapabilecekleri olanaklar sunmalıdır.

Yeni kurulacak okullarımızda sınıflar dünyaya açık bir çevre kurmak zorundadır. Geleceğin sınıfları çeşitli interaktif bilgisayar uygulamaları ile özellikle diğer sınıflarla ağ halinde çalışıp bilgi bankalarına ulaşacak, çoklu ortam veri sunma araçları ile sürekli olarak gereksinim duyulan çeşitli bilgileri saklayıcı belleklere sahip olacaktır. Fraktal eğitim tüm öğrenim sürecinin; her bireyin gereksinimlerine, olanaklarına, ritmine ve güdülerine göre “karmaşılaştırılabilir” bilgi tohumlarını aktarmanın temelini oluşturacaktır.

Aslında zaman ve mekandan soyutlanamayan maddesel vücutlara sahip olduğumuz için henüz sa-



nal okul diye bir şey söz konusu olamayabilir. Özellikle çoklu ortamlar, çeşitli ağlar, blog ve sosyal paylaşım siteleri öğretimin tamamlayıcısı olarak görülebilir. Gelecekte kurulacak hiper ağlardan ne tür bir evrensel elektronik okul kurulabileceği sorgusunu bir yana bırakırsak, var olan okul sisteminin eğitim-öğretimin temel modülü olmayı sürdüreceği söylenebilir. Fakat alışlagelmiş sınıf ortamlarımız yerine; sınıf içerisinde, eğitim sürecinde rol alan aktörlerin fiziksel ve sosyal olarak bir araya gelmesi, çabuk ve dolaysız bir bilgi alış-verişi, öğretmenin aracılık ettiği kolektif bir öğrenme biçimini önerebiliriz. Eğitimin yapısı ağların tamamlayıcısı olarak düşünülmelidir. Gelecekteki okullar sanal okullar ile gerçek okullar arasında denge kurmak zorundadır.

İnternet üzerinden farklı ülkelerde yaşayan öğrencilerin kendi ilgi alanları ile ihtiyaçları doğrultusunda düz sınıflar oluşturup, Wikispaces ve Ning gibi Web 2.0 araçlarını kullanarak, öğretimi sadece binalar içerisinde devam eden bir etkinlik olmaktan çok aktif öğrenme ilkelerine dayalı olarak gerçek bir deneyim haline getiren “düz sınıflar” (flatclassroom) oluşturma-

sı, sınıfların duvarlarını kaldırıp, onu düzlemsel hale getirerek her sınıfın tek başına izole şekilde çalışması yerine büyük bir sınıf oluşturmayı amaçlayan uygulamalar geleceğin okulları ve sınıflarına iyi bir örnektir (Bozkurt, 2010, 768-773).

Şüphesiz gelecekteki okullar, teknolojinin yaygın olarak kullanılması ile pek çok sorunla da karşı karşıya kalacaktır. İnternet üzerinden gerçekleşen virüs saldırıları, eğitime uygun olmayan içerikler, ailelerin ve eğitim kurumlarının internet ortamında yayılan

**Geleceğin sınıfları çeşitli interaktif bilgisayar uygulamaları ile özellikle diğer sınıflarla ağ halinde çalışıp bilgi bankalarına ulaşacak, çoklu ortam veri sunma araçları ile sürekli olarak gereksinim duyulan çeşitli bilgileri saklayıcı belleklere sahip olacaktır**





porno/şiddet/rahatsız edici ticari öğeler içeren sitelerin varlığı, okulların karşı karşıya kaldığı sorunlardan bazılarıdır. Geleceğin okullarında, Z Neslinin benimsediği yeni toplumsal davranış biçimleri; yeni toplumsal standartları, etik kuralları ve yasal düzenlemeleri de zorunlu kılmaktadır. Sınır tanımayan iletişim ve etkileşim ortamında, tüm kullanıcıların, ortak bir etik anlayış geliştirmeleri elektronik ortamın neden olduğu değişik sorunlara çözüm getirebilir.

Pek çok yetişkin tarafından elektronik ortama servis edilen ve uygunsuz dil ve görsel donanım içeren malzemelerle dolu olan siteler uygun kodlarla gençlerin kullanımına kapatılabilir; gençlere sanal ortamda üçüncü kişilere zarar verici, uygunsuz dil ve ifadelerin yaratabileceği sonuçlar hakkında bilgilendirme yapılabilir veya kişilik haklarına, gizli ve özel mesajlara saygının önemine ilişkin çeşitli şekillerde eğitim verilebilir.

Unutulmamalıdır ki, Y ve Z neslinin bir arada bulacağı geleceğin okulları, teknolojinin tüm nimetlerinden yararlanırken, etik ilkeler üzerinde kurulu bir dünya inşa etme çabasında olmalıdır.

#### KAYNAKLAR

- Bozkurt, S. (2010). Bilgi Paylaşımında Yeni Arayışlar: Flatclassroom. 2. International Conference on New Trends in Education and Their Implications. (11-13 November 2010). Antalya, Turkey.
- Jorgensen, B. (2003). Baby Boomers, Generation X and Generation Y Policy implications for defence forces in the modern era. Foresight. Vol.5 Num. 4, 41-49
- <http://hurarsiv.hurriyet.com.tr/goster/haber.aspx?id=101868> (İndirilme tarihi: 13.04.2014)

# Sosyal Medya ve Toplumsal Hareketler

Eskiden iletişim araçları denildiği zaman gazete, radyo ve televizyon aklımıza gelirken bu gün internet medyası, YouTube, Facebook ve Twitter gibi sosyal paylaşım siteleri akla gelmektedir. Sosyal paylaşım siteleri internetin bulunduğu her yerde kullanıcıya kendi sayfasını oluşturma, diğer kullanıcılarla aktif bir biçimde iletişim kurma imkânı sağlamaktadır. Sosyal medya ağlarının ortaya çıkmasıyla birlikte dünyada birçok gelişme oldu. Totaliter ve baskıcı rejimlerin hüküm sürdüğü Arap ülkeleri, sosyal medyanın örgütlenme gibi olanaklar tanınması sonucunda devrimler yaşadılar. 30-40 yıllık iktidarlar, birkaç ay içerisinde yıkıldı ve yerlerine Arap Baharı devletleri ortaya çıktı.

Yeni medya ve iletişim araçları siyasi birtakım hedeflerin gerçekleşmesinde etkin bir biçimde kullanılmaktadır. Sosyal medya, devrime taraftar kazandırmış, kitleleri harekete geçirmiş ve otokratik rejimlerin korkulu rüyası haline gelmiştir. Sosyal medya, bu ülkelerdeki sivil toplumu organize ederek, siyasi tartışmaların şekillenmesinde oldukça merkezi bir rol oynamıştır. Büyük olaylar öncesinde sık sık devrim hakkında online konuşmalar yaparak, insanların protestolarına zemin hazırlamıştır. Bu çalışmanın amacı, Arap Baharı'ndaki toplumsal hareketlerde sosyal medyanın rolünü analiz etmektedir.

## Küreselleşmenin Teknolojik Alandaki Etkisi, Sosyal Medya ve Arap Baharı

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler her alanda köklü değişiklikler yaratmıştır. Bu gelişmeler, medyayı da etkilemiş ve internetin yaygınlaşmasıyla medyada köklü değişikliklere neden olmuştur. Geleneksel medyaya karşı yeni medya kavramı ortaya çıkmıştır. Yeni medya insanların sosyal hayatlarını da etkilemiş ve buluşma, paylaşma alanı sosyal ağlar olmuştur. Sosyal, siyasi, ekonomik ve diğer alanlardaki konular, bu ağlar üzerinde tartışılmakta ve insanları harekete geçirmektedir.

**Yeni medya insanların sosyal hayatlarını da etkilemiş ve buluşma, paylaşma alanı sosyal ağlar olmuştur. Sosyal, siyasi, ekonomik ve diğer alanlardaki konular, bu ağlar üzerinde tartışılmakta ve insanları harekete geçirmektedir**



Sosyal medya, kitleleri etkilemekte ve ortak hareket etmelerine zemin hazırlamaktadır. Arap Baharı sürecinde, sosyal medyanın baskıcı rejimlerin devrilme sürecindeki rolü tüm dünyada kabul görmüştür. Arap Baharı'nın kitlesel niteliğe dönüşmesinde ve diğer ülkelere hızla yayılmasında teknolojinin etkisi önemlidir. Onlarca yıllık diktatörler, birkaç ay içerisinde yerlerini bırakmak zorunda kalmıştır. Bu çalışmanın amacı, Arap Baharı sürecinde sosyal medyanın etkisini ortaya koymaktır.

Dünya siyaseti açısından 2011 yılı çok önemli bir milattır. Tunus'ta başlayan ve tüm Orta Doğu'yu etkileyen siyasi irade değişimleri olmuştur. Artık günümüzde siyasal ve sosyal olaylar, teknoloji sayesinde anında tüm dünyaya yayılmaktadır. Örgütlenmeler, buluşmalar, tepkiler sosyal ağlar üzerinden olmaktadır. İnternet bağlantısı olan bir cep telefonu ile dünyaya bağlanmak, dünyadaki gelişmelere doğrudan ulaşabilmek için yeterlidir. Başta Mısır, Tunus, Libya olmak üzere birçok Orta Doğu ülkesinde meydana gelen siyasi içerikli halk ayaklanmaları, mitingler ve protestolar Arap Baharı olarak adlandırılmaktadır.

### **Sosyal Medya ve Siyasete Etkisi**

Sosyal iletişim ağlarının nicelik ve nitelik ba-

kımından hızla arttığı, etkisini çok hızlı gösterdiği günümüzde, "Büyük Ortadoğu" coğrafyasında yaşanmakta olanların zamanla bölge sınırları dışına taşacağını ve küresel bir boyut kazanacağını söylemek yanlış olmayacaktır. Nasıl ki, orta ve doğu Avrupa ülkelerinde yaşanan "renkli devrimlerin" Arap Baharı için ilham kaynağı olduğu düşünülüyorsa, Ortadoğu'da yaşananların, gelişmiş Batılı ülkelerin vatandaşı olmalarına karşın geri kalmış ülke vatandaşı standartlarında yaşayanlar için de harekete geçmek ve sokaklara dökülmek için tetikleyici bir etki yaptığı söylenebilir. Örneğin "Wall Street'i İşgal Et" sloganının önce ABD şehirlerinde, ardından Avrupa ülkelerinde çok sayıda destekçi bulmasının ve kitlesel eylemlere dönüşmesinin bir açıklaması da, Arap Baharı hareketinde hızlı ve etkin sonuç alınmış olması olabilir. Arap Baharı'ndaki halk hareketlerinin gösteri etkisinin, Avrupa ve Amerika'daki mutsuz halk kesimlerini hareket geçirmesi mümkün olabilir. Ancak, Ortadoğu'da birçok bakımdan yeniden yapılanmanın lokomotifi olarak karşımızda duran halk hareketinin yukarıda sözü edilen benzerleri, Batılı ülkelerde sistemi ve yapıyı tehdit eder boyuta ulaşmamış ve ulaşabileceği de düşünülmemektedir. O sebeple, bölgeye uzak olan ülkelerin Arap Baharı'nı izlemekten öte, dış politi-



kalarında olası göç hareketleri haricinde öncelikli önlem alınması gereken bir konu olarak görmelerini pek beklememek gerekir (Kibaroğlu, 2012: 30).

İnternet destekli halk ayaklanmalarının ilk örneğini İran Başkanlık seçimlerinde görmekteyiz. Tunus ve Mısır'da internet, siyasete ivme kazandıran işleviyle ön plana çıkmıştır. Özellikle sosyal paylaşım siteleri Facebook ve Twitter, kitlelerin kısa süre içinde örgütlenmesini ve devrim hareketlerinin hız kazanmasını sağladı. "İnternette yakalanma riski, sokağa çıkmaktan çok daha az. İnsanlar, artık böyle devam edemeyeceğinin ve başka birçok ülkede büyük gösterilerin bu şekilde organize edildiğinin farkındaydı. Münster Üniversitesi'nden uzman Marie Möller, yaptığı bir araştırmada diktatörlüklerde internetin önemine değinmektedir. Möller, baskıcı rejimlerde insanların cezalandırılmaktan korktuğu için sokaklara çıkmadığına ve internetin bir protesto aracı olarak bu ülkelerde önemli bir rol edindiğine işaret etmektedir (Noll, 2011). Twitter'da 2011 yılı içerisinde en çok geçen kelimenin "Mısır" olduğu düşünülürse, Arap Baharı'nın Mısır'ın kendi halkı ve dünyadaki insanlar açısından ne anlama geldiği ve Mısır'ın Arap Baharı'nda ülke olarak nereye konduğu daha da iyi anlaşılabilir (Tekek, <http://orsam.org.tr>).

Sosyal medya, devrime taraftar kazandırmış, isteksiz olanları mobilize ederek kitle hareketlerine neden olmuş ve otokratik rejimlerin korkulu rüyası haline gelmiştir. Kitlenin korkularını aşarak, ayaklanmanın küçük bir grupla sınırlı kalmamasını sağlamıştır. Yöneticilerin iletişimi kontrol ettiği bu ülkelerde sosyal medya, sivil toplumu ve kamusal alanı güçlendirememiştir (Szajkowski, 2011).

#### **Arap Baharı Sürecinde Sosyal Medyanın Rolü**

Mısır ve Tunus devrim isyanlarına kadar klasik devrim süreci üzerinden toplu özgürlük hareketleri vardı. Arap devrimleri, geçmişte bir şeyi devirme olarak görülen çoğu sosyal teoriyi çürüttü. İsyân, devrim düşüncesini yeniledi ve dünya çapında yankılar buldu. Şehir meydanlarında ortaya çıkan protesto hareketleri, örneğin Wall Street'te başlayan iç hareket yüzlerce şehre yayıldı. Bu olaylarda da yeni iletişim teknolojileri kullanılmıştır. Devrimler, internetin dahil olmasını anlamamızı sağlayan önemli araçlar sunar. Olaylar, daha önce ihmal edilmiş temelli analizler için boşluklar oluşturur.

Ukrayna'nın Turuncu Devrimi, Lübnan'ın Cedar Devrimi, Moldova'nın Twitter Baharı ve İran'ın Yeşil Twitter devrimi internetin önemli bir oyuncu olarak görev yaptığı 2011 olaylarının belirgin işaretçileri

olarak ortaya çıkan ön izlemesidir. Arap Baharı/ Facebook Devrimi eş zamanlı devamlılık ve bu anlatımın kırılmasıdır. Sosyal medyadaki aleni büyülenme çoğunlukla orta sınıf ve laik olan devrimlerin etkisini verir.

Arap Baharı sürecinde sosyal medyanın etkilerinin en fazla hissedildiği ülke Mısır'dır. 2008 yılında Mısır'da üç yüz bin blog vardı ve bunlardan on bin tanesi siyasi içerikli idi. Mısır'da '6 Nisan Hareketi' ve çağrıları sosyal medyanın kullanımına dair iyi bir örnektir. Bu grubun üyelerinden bir blog yazarı; "Çağrılarında sonra olayların büyük neticelere varacağını kendilerinin bile düşünmediğini" ifade etmektedir. 25 Ocak 2011'de Tahrir

Meydanı'nda toplanan büyük kalabalığın bir araya gelmesinde önemli etkenlerden biri yine sosyal medyadır. Arap Baharı'ndan önce, Mısır'da, insanların baştaki idarecilerin onay vermedikleri uygulamalarını sosyal medya araçlarını kullanarak tartışmaya başladıkları anlaşılmaktadır. Örneğin; emniyet kuvvetlerinin evlere biraz da zorlama baskınlar düzenleyebilmesi, şüphelenilenin dahi gözaltına alınmak için yeterli olması, gözaltında iken işkencelerin yani temel hak ve özgürlüklere zarar getirecek uygulamaların gerçekleşmesi, bu ortamlarda paylaşılmış ve tartışılmıştır.

Hatta bazı işkence görüntüleri Youtube'a da yüklenmiştir (Tekek, <http://orsam.org.tr>).

Facebook üye sayısı bakımından Mısır, Arap dünyasında birinci sırada yer alırken; Mısır'da en çok ziyaret edilen üçüncü site Facebook'tur. Facebook üyesi Mısırlıların sayısının 3,4 milyon olduğu, büyük çoğunluğunun da 20 yaş altında olduğu tahmin edilmektedir. Twitter kullanıcı sayısının Facebook'a oranla görece az olduğu Mısır'da 25 Ocak'ta başlayan halk isyanını bastıramayan Mü-

barek yönetimi, çareyi 27 Ocak'ta internet bağlantısını kesmekte bulmuştur. İnternet bağlantısının kesilmesi isyan ateşinin hararetini düşürmek yerine iyice kızıştırırken, bağlantı yasağı çeşitli yollarla aşılmıştır. Bu yollar arasında dünyada ilk kez 01 Şubat 2011'de uygulamaya giren "sesli tweet" teknolojisi oldukça etkili olmuştur. İnternet bağlantısına gerek olmadan, sadece bir uluslararası telefon numarası tuşlayarak ve sesli mesaj bırakarak tweet paylaşımını sağlayan sistem Google ve Twitter iş birliği ile devreye girmiştir. Mısır'da, Ocak-Mart 2011 tarihleri arasında ortalama Twitter kullanıcısı sayısı 1 milyon 131 bin 204 olarak tespit edilmiştir. 2011 yılının ilk çeyreğinde Arap coğrafyasında Twitter üzerinde en popüler etiket (konu başlığı) sıralamasında Mısır'da yaşananlarla ilgili paylaşımları gösteren #egypt etiketi birinci olurken ikinci sırada Mısır'da isyanın başlangıç günü olan 25 Ocak'ı sembolize eden jan25 etiketi yer almıştır. Mısır'da kalabalıkların sokağa inmesiyle birlikte yaşanan gelişmeler cep telefonlarıyla kayıt edilerek YouTube aracılığı ile tüm dünyaya servis edilmiştir. Mübarek rejiminin tüm engelleme girişimlerine rağmen YouTube üzerinden paylaşılan videolar dünya kamuoyunun Mısır'daki isyanla daha yakından ilgilenmesini sağlamıştır (Telli, 2012: 68-69).

### Toplumsal Hareketler

Toplumsal hareketler, tüm toplumsal ve siyasi sorunlara kitlesel katılımı teşvik eden demokratik bir toplumda yurttaşların endişelerini ifade edebilmelerinin ve toplumsal değişimi sağlamanın gerekli ve olumlu bir aracı olarak kabul edilmektedir. Toplumsal hareketlerin tarihsel mirası, kapitalist sanayileşme sürecindeki popüler hareketlere ve işçi sınıfı hareketlerine dayanmaktadır. Sanayileşme döneminin popüler hareketleri, birbirine bağlı iki farklı süreci birleştirmiştir. Bunlardan birincisi, sanayi üretiminin örgütlenmesini, araçları ve amaçları kontrol etmek amacıyla kapitalistlere karşı muhalif işçi sınıfının toplumsal çatışmasıdır. İkinci süreç ise modern ulus-devletin inşasından dışlanmış olan toplumsal kategorilerin yurttaşlıkla bütünleşmeleridir. Bu, siyasal demokrasiyi yaygınlaştıran ve devletin meşruluğunun temelini genişleten siyasal bir süreçtir. 19. Yüzyılın işçi sınıfı hareketlerinde, sınıf çatışması ile siyasal hakların genişlemesi ve yurttaşlık mücadelesi birbiri ile birleşmiş ve birbirini tamamlamıştır. Bu sınıf temelli toplumsal hareketler, günümüzde yerini sınıf çatışmalarına dayanmayan ve kimlik politikalarına odaklanan yeni toplumsal

hareketlere bırakmıştır. Yeni toplumsal hareketler, radikal demokrasi kuramlarının uygulama alanları olarak sivil toplum ekseninde gelişmiştir (Şen, globalmediajournaltr).

### **Sosyal Medyanın Arap Baharı'ndaki Rolü Bilimsel Olarak Kanıtlandı**

21. yüzyılda devrimler televizyon veya radyo-dan duyurulmaya gerek kalmadan önce tweetlenecek, bloglanacak, Facebook'ta paylaşılacak ya da YouTube'da yayınlanacaktır. En son yaşanan devrimler için yapılan bilimsel bir araştırmada 3 milyondan fazla tweet, binlerce blog gönderisi ve yüzlerce gigabyte'lık YouTube videosu incelenmiştir. Sonuçta, sosyal medyanın Arap Baharı'ndaki siyasi tartışmaların şekillenmesinde oldukça merkezi bir rol oynadığı ve büyük olaylar öncesinde sık sık devrim hakkında online konuşmalar yapıldığı ispatlanmıştır. Özellikle Tunus ve Mısır odaklı bu araştırmada, Facebook, Twitter ve YouTube'ndan toplanan verilerle, Mısır'daki siyasi web siteleri, Tunus'un tüm blog küresinde gerçekleşen politik diyaloglar ve devrim esnasında gerçekleşen ve filtrelenen 3 milyon tweet değerlendirmeye alınmıştır. Ortaya çıkan sonuçta, Arap Baharı'nda sosyal medyanın kritik rolü kanıtlanmıştır. Washington Üniversitesi araştırmacılarının yapmış olduğu geniş kapsamlı çalışmada, Kuzey Afrika'dan Ortadoğu'ya yayılan özgürlük ve demokrasi temelli mesajların sosyal medyada yayılması, politik başkaldırının başarıya ulaşmasına zemin hazırlamıştır. Sosyal medya özgürlükler yolunda çok kritik bir araç haline gelmiştir (<http://e-siber.com>).

### **Sonuç**

Artık günümüzde yazılı ve görsel medyanın hızı, sosyal medyanın hızının çok gerisinde kalmıştır. Dünyanın herhangi bir bölgesinde olan bir olay ya da bir sorun, sosyal medya kullanıcıları tarafından anında öğrenilmekte, o konu üzerinde yorumlar ve tartışmalar başlamaktadır. Sosyal medya çok kısa sürede kitleleri etkilemekte ve organize olmalarını sağlamaktadır. Sosyal medya, Tunus'ta devrim günlerinde yaygınlaşmış ve devrimden sonra da etkileri hissedilmeye başlanmıştır. Fakat Mısır'da Arap Baharı'ndan çok daha önceleri sosyal medya faaliyetleri organize olmuştur. Sosyal medyanın gücünü gören liderler, interneti yasaklama veya kontrol etme yoluna gitmiştir. Sosyal medya, ayaklanmalar ve protestoların kitlesel niteliğe dönüşmesinde önemli rol oynamıştır. Şiddete başvurmadan,

meydanlara inip, yönetimleri protesto etmişlerdir. Mısır'da büyük kitlelerin bir araya gelmesinde, sosyal ağların etkisi yadsınamaz. Özellikle halk, Facebook üzerinden organize olmuştur. Halkın tepkisi, otuz yıllık hükümet rejiminin sona ermesine ve Hüsnü Mübarek'in yargılanmasına neden olmuştur.

Washington Üniversitesi araştırmacılarının yaptığı bir çalışmada, Arap Baharı sürecinde özellikle Tunus ve Mısır'da özgürlük ve demokrasi temelli mesajlar ve atılan 3 milyondan fazla tweet filtrelenenek değerlendirilmeye alınmıştır. Çıkan sonuç; siyasi isyanların oluşmasında ve başarıya ulaşmasında sosyal medyanın çok kritik bir işlevi olduğu kanıtlanmıştır.

### **Kaynakça**

- Kibaroglu, M. (2011). Arap Baharı ve Türkiye, Adam Akademi, 2011/2, s. 26-36, [mustafakibaroglu.com/.../kibaroglu-ada-makademi-arapbahariturkiye-aral](http://mustafakibaroglu.com/.../kibaroglu-ada-makademi-arapbahariturkiye-aral), Erişim T.: 20.12.2013.
- Noll, Andreas (2011). Sosyal Medyanın Arap Baharındaki Rolü, Deutsche Welle Türkçe, Çev.: Hülya Köylü, <http://www.dw.de/dw/article/0,,15175703,00.html>.
- Sosyal Medyanın Arap Baharı'ndaki Rolü Bilimsel Olarak Kanıtlandı, [www.e-siber.com/sosyal-medya/sosyal-medyanin-arap-baharindaki-r](http://www.e-siber.com/sosyal-medya/sosyal-medyanin-arap-baharindaki-r)
- Szajkowski, B. (2011). Sosyal Medya Araçları ve Arap Baharı, Alternatif Politika, Cilt.3, Sayı. 3, 420-432, Kasım 2011.
- Şen, Fulya "Toplumsal Hareketler ve Medya: 'Wall Street İşgali'nin Medyada Temsili", [http://globalmediajournaltr.yedi-tepe.edu.tr/makaleler/GMJ\\_4.\\_sayi\\_Bahar\\_2012/pdf/Sen.pdf](http://globalmediajournaltr.yedi-tepe.edu.tr/makaleler/GMJ_4._sayi_Bahar_2012/pdf/Sen.pdf)
- Tekek, M. (2011). Sosyal Medya ve Arap Baharı, <http://www.orsam.org.tr/tr/yazigoster.aspx?ID=2964>, ORSAM 07 Aralık 2011.
- Telli, A.(2012). Mısır Devrimi'nde Sosyal Medyanın Rolü, Bilge Strateji Dergisi, Cilt 4, Sayı 7, Güz: 2012. İstanbul.

# Gençlik, Siyaset ve Sosyal Medya

**Geleneksel iletişim yöntemlerimizde kelimeler, ses tonu ve beden dili önem kazanırken, yeni iletişim biçimimizde ise kullandığımız ortam, mesaj ve zamanlama önem kazanmaktadır. Alıcıya ulaştıracağınız mesajın biçimi önemlidir.**

telefonlar, tabletler ve bu cihazlarla internete her an her yerden erişebiliyor olmamız bizleri internetsiz yaşayamaz hale getirmektedir. Toplum-

Gelişen teknoloji ve teknolojiyle birlikte gelen yenilikler toplum hayatında köklü değişimleri de beraberinde getirmektedir. İletişim alışkanlıklarımız bu yeniliklere kayıtsız kalamamakta, iletişim kurma biçimlerimiz değişim geçirmektedir. Bir kaç yıl öncesine kadar telefonun cebimize sığması şöyle dursun, yanımızda taşıyabilmek bile önemli bir gelişme olarak görülmektedir. İnternet sadece belirli fiziksel sınırlamalar içerisinde kullanılabilmekteydi. Oysa şimdi, adeta bilgisayarlar kadar işlem yeteneğine sahip akıllı

sal olaylar, kişisel deneyimler ve önemli-önemsiz birçok gelişme internet altyapısı kullanılarak paylaşılmaktadır. Geleneksel iletişim yöntemlerimizi hızla değiştiren internet ve sosyal medya, yalnız gündelik hayatı değil, medyayı, siyaseti, sivil toplumu, toplumsal hareketleri de derinden etkilemektedir. Özellikle genç neslin sıklıkla tercih ettiği sosyal medya ile aracılendirilmiş iletişim biçimi daha önce pek de alışık olmadığımız bir deneyimi karşımıza çıkarmaktadır. Bu deneyim, kullanıcıların her an her koşulda fikirlerini, fotoğraflarını, videolarını ve başkalarına ait içerikleri yayınlatabildiği, paylaşabildiği, yorumlayabildiği ve bu içeriklerle etkileşim halinde bulunabildiği bir deneyim şeklindedir.

Günümüzde cep telefonu kullanmamak bir eksiklik gibi kabul edilmektedir. Çünkü toplumun geneli cep telefonu kullanmaktadır. Benzer bir şekilde sosyal medya kullanan bir çevrede sosyal medya hesabına sahip olmamak da bir eksiklik olarak kabul edilebilmektedir. Bir başka bakış açısıyla da sosyal medyayı sık kullanmayan bir çevrede çok sık sosyal medya kullanmak eksiklik olarak görülebilmektedir. Çevresiyle iletişimini sağlıklı bir şekilde sürdürmek isteyen bireyler ve organizasyonlar aynı iletişim kanalını tercih etmek ve o iletişim kanalının diline hakim olmak durumundadırlar.



Geleneksel iletişim yöntemlerimizde kelimeler, ses tonu ve beden dili önem kazanırken, yeni iletişim biçimimizde ise kullandığımız ortam, mesaj ve zamanlama önem kazanmaktadır. Alıcıya ulaştıracağınız mesajın biçimi önemlidir. Yazılar, fotoğraflar ve videolar sosyal medyada sıkça paylaşılan içerik biçimleridir. Yapılan araştırmalar uzun olmamak şartıyla videoların sosyal medyada daha çok ilgi gördüğünü, videolardan sonra ise fotoğraf paylaşımlarının kullanıcılar tarafından daha çok beğenildiğini göstermektedir. Yazı ise son tercih edilen içerik tipidir. Kullanıcılar genellikle sosyal medyada uzun yazılara ilgi göstermemekte, uzun yazıları okumamakta, paylaşmamaktadır. Etkili bir iletişim için önce video, sonra fotoğraf, sonra ise kısa yazılar tercih edilmelidir. Bu öncelikler sosyal medya aracına göre değişiklik gösterse de genel görünüm bu şekildedir.

Sosyal medya adeta geleneksel medyanın alternatifini iddiasıyla ortaya çıkmakta ve bir çok konuda da bu iddiayı gerçekleştirmektedir. Gazete, televizyon, radyo gibi geleneksel medya ortamları kadar etkili olmakta ve onlardan farklı olarak

avantajlar ve fırsatlar sunmaktadır. Tek bir kaynaktan birçok alıcıya şeklinde olan geleneksel medyanın iletişim şekli internet ve sosyal medya ile birlikte birçok kaynaktan birçok alıcıya şeklinde değişmektedir. Sosyal medyada kaynağın birden fazla ve çok çeşitli olması geleneksel medyaya yapılan en büyük eleştirilerden biri olan tekelleşme olgusunu da ortadan kaldırmaktadır. Elbette ki bu değişimin getirdiği avantaj ve dezavantajlar vardır. Bir taraftan sosyal medyanın getirdiği çok seslilik demokrasiye katkı sağlarken, diğer taraftan bilginin kaynağı ve doğruluğu kaybolmakta ve dezenformasyon yaşanmaktadır.

Yapılan araştırmalar sosyal medya ortamlarına özellikle gençlerin yoğun bir katılıma sahip olduğunu göstermektedir. Gençlerde görülen yeniye ilgi davranışı yeni bir iletişim ortamı olan sosyal medya söz konusu olduğunda da aynı şekilde cereyan etmektedir. Allin1social verilerine göre ülkemizden Facebook'a giriş yapan kullanıcıların %65'e yakını 18-34 yaş aralığındadır ki bu yaş aralığı ülkemizin genç ve dinamik nüfusunu ifade etmektedir. Gençler bu yeni iletişim şeklini sıkça



kullanmaktadırlar. Gençler genellikle iletişim kurmak, arkadaşları takip etmek, gündemden haberdar olmak ve bilgi paylaşımında bulunmak gibi başlıca nedenlerle sosyal medya kullanmaktadırlar. Her an internet ve sosyal medya erişime sahip genç nesille aynı dili konuşabilmek ve anlaşabilmek için aynı iletişim ortamlarını tercih etmek etkili olmaktadır.

Bu genç ve dinamik kitle sosyal medyayı yalnızca birbirleriyle iletişim kurma ihtiyacı için değil, aynı zamanda markalar, ürünler, organizasyonlar, partiler ve sivil toplum kuruluşları ile iletişim kurmak için de kullanmaktadır. Sosyal medyadaki bu potansiyelin farkında olan dünyanın öncü şirketleri hedef kitleye en kısa zamanda, en uygun maliyetle ve en etkili şekilde ulaşmak için bu konuda yatırımlarını artırmakta ve uzmanlar istihdam etmektedir. Genellikle trendler konusunda Amerika ve Avrupa'dan beslenen ülkemizdeki pazarlama ve iş dünyası aynı şekilde bu konuda gerekli adımları atmaya çalışmaktadır. Ticari kaygılarla kitle iletişimini tercih edenler kadar siyasi ve sosyal kaygılarla kitle iletişimini sıkça kullanan organizasyonlar da sosyal medyanın etkili bir iletişim kanalı olduğunu keşfetmektedirler. Geleneksel medyanın dezavantajlarından kurtulmak isteyen örgütler çözümü sosyal medyada bulmaktadırlar. Geline nokta Youtube küresel bir video yayın ağına, bloglar köşe yazarlarının kişisel gazetelerine, Twitter tüm dünya gündeminin takip edilebildiği bir haber ajansına dönüşmüştür.

Vatandaşla ve seçmenle genellikle medya üzerinden iletişim kurmayı tercih eden siyaset kuru-

mu ise artık medya karşısında olduğundan daha çok sosyal medyada olan vatandaşa da mesajını etkili bir şekilde iletmek durumundadır. Siyasilerin seçmenlerle olan iletişimini ifade eden siyasal iletişim yöntem ve teknikleri burada önem kazanmaktadır. İlk örneklerini Obama'nın 2008 yılında gerçekleştirdiği seçim kampanyasında gördüğümüz siyasi aktörlerin sosyal medyayı kullanarak seçmenle ve kamuoyuyla iletişim kurma çabası da siyasal iletişim 2.0 olarak adlandırılmaktadır.

Siyasal iletişim 2.0 getirdiği bir çok yenilik itibariyle de siyasal iletişimden farklılıklar göstermektedir.

Sosyal medyanın siyasal iletişimi nasıl değiştirdiğini aşağıdaki tablo daha net ifade edebilir.

- İletişim Aracı: Siyasal iletişim için geleneksel medya yani televizyon, gazete ve radyo stratejik bir öneme sahipken, siyasal iletişim 2.0 için sosyal medya yani Facebook, Twitter, Youtube vb. ortamlar ön plana çıkmaktadır.
- İletişim Türü: Siyasal iletişim kitle iletişimini daha sık kullanırken, siyasal iletişim 2.0 kitle iletişiminin yanında kişilerarası iletişimi de tercih etmektedir.
- İletişim Şekli: Siyasal iletişim'de propaganda, tek yönlü iletişim ve monolog yaygın kullanılırken, siyasal iletişim 2.0'da iki yönlü iletişim ve diyalog daha yaygın kullanılmaktadır.
- Mesaj: Mesaj siyasal iletişimde genelde kitleleri hedef alırken, siyasal iletişim 2.0 mesajı

Özellik	Siyasal İletişim	Siyasal İletişim 2.0
İletişim Aracı	Geleneksel medya	Sosyal medya
İletişim Türü	Kitle iletişimi	Kitle iletişimi
İletişim Şekli	Propaganda	Kişilerarası iletişim
Mesaj	Tek yönlü iletişim	İki yönlü iletişim
Geri Bildirim	Monolog	Diyalog
İletişim Maliyeti	Kitlesele	Kitlesele
	Düşük	Bireysel
	Yüksek	Yüksek
		Düşük



kitlelere, gruplara ve bireylere göre şekillendirilme imkanı sunmaktadır.

- Geri Bildirim: Siyasal iletişim’de geri bildirim seviyesi ve imkanı düşükken, siyasal iletişim 2.0 geri bildirim kolaylığı sağlamakta ve geri bildirim seviyesi yüksek olmaktadır.
- İletişim Maliyeti: Siyasal iletişimde kampanya ve tanıtım maliyetleri yüksek iken, siyasal iletişim 2.0 maliyeti daha düşük hatta ücretsiz kampanya çözümleri sunmaktadır.

Siyasette önemli bir yeri olan mitingler de siyasal iletişim 2.0 ile yeni bir boyut kazanmaktadır. Seçmenlerin bir meydanda toplanmasıyla coğrafi sınırlılıklara sahip, belirli saatlerde ve yüksek maliyetlerle gerçekleştirilen mitingler, yerini her coğrafyadan seçmenin katılabileceği, 7/24 ulaşılabilir, çok düşük maliyetlerle gerçekleştirilebilen sanal mitinglere bırakmaktadır. Bir diğer önemli kavram ise “kişiselleştirme”. Lider ve parti odaklı siyasal iletişim süreci, sosyal medya ile birlikte aday odaklı yeni bir sürece dönüşmektedir. Özellikle bağımsız adaylar geleneksel medyada bulamadığı fırsatı sosyal medyada rahatlıkla bulabilmektedir. Sosyal medyada takip edilen siyasi aktör, partiye

karşı olumlu bir düşüncesi olmayan seçmenin beğeni ve takdirini kazanabilmekte ya da tam tersi bir durum olabilmektedir. Siyasal iletişim 2.0, siyasi adaylar ve seçmenlerin alışkanlıklarında da değişikliklere yol açmaktadır. Aday; parti ve liderinden bağımsız açıklamalarda bulunabilmekte, geleneksel medya ile ulaşamayacağından daha geniş bir kitleye ulaşabilmekte, kendini ifade etme konusunda diğer adaylarla fırsat eşitliğine sahip olabilmektedir. Seçmen; siyasi paylaşımlarda bulunabilmekte, siyasi aktörleri takip edebilmekte, siyasi aktörle karşılıklı diyalog kurabilmektedir.

Yakın zamanda gerçekleştirdiğimiz bir çalışmanın sonuçlarına göre sosyal medya kullanıcıları herhangi bir siyasi partiye üye olmasalar dahi sosyal medyada siyasi paylaşımlarda bulunmaktadır. Siyasi ve toplumsal gündemi yorumlama ihtiyacı hissetmektedirler. Siyasi aktörlerle ikili diyalog yaşamaktan çekinmemekte ve siyasi aktörleri sosyal medya üzerinden takip etmektedirler. Konu siyaset olduğunda ise Twitter diğer sosyal medya araçlarından daha fazla ön plana çıkmaktadır.

Siyasal iletişim boyutuyla dile getirdiğimiz bu yeni gelişmeler sivil toplum kuruluşlarını da yakından ilgilendirmektedir. STK ‘lar yapıları ve iletişim



biçimleri itibarıyla siyasi partilerle benzerlik göstermektedirler. Sosyal medyanın sunduğu iletişim avantajları sivil toplum kuruluşları tarafından da kullanılabilir. Gerek üyelerle gerek kamuyu ile iletişim kurması gereken STK'lar sosyal medyanın imkanlarından faydalanarak maliyet ve zaman avantajı elde edebilirler. Akıllı yürütülen bir kampanya çok düşük maliyetlerle milyonlarca kişiye ulaşabilir ve ses getirebilir. Yaşanan sosyal ve siyasi krizleri doğru yönetebilmek için de bu tür organizasyonların sosyal medyada varolmaları ve kendilerini ifade edebilmeleri önemlidir. İster siyasi ister sivil olsun, kitlelere hitap eden oluşumlar kitle iletişim araçlarını etkin kullanmak zorundadırlar. Her anlamda kıyasıya rekabetin yaşandığı günümüzde neredeyse kitle iletişim araçları kadar etkili olan sosyal medya konusunda da bu organizasyonların gerekli adımları atmaları, ilgili plan ve projelere sahip olmaları gerekmektedir. Bu mecraların çalışma sistemlerini iyi öğrenmeleri ve her bir

sosyal medya aracına ait hesaplarını bir an önce aktif şekilde kullanmaları gerekmektedir.

### **Kaynakça**

- 1. Gençlik ve Spor Bakanlığı (2013). Gençlik ve Sosyal Medya Araştırma Raporu.
- 2. Bostancı, Mustafa (2014). "Siyasal İletişim 2.0", Erciyes İletişim Dergisi, 3 (3), 84-96.
- 3. Allin1social.com, Erişim Tarihi: 05.04.2014.

# Türkiye'deki İnternet Girişimciliği, Sorunlar ve Çözüm Yolları

Bugüne kadar Türkiye'de oluşan yerel girişim ekosistemi daha çok e-ticaret alanına odaklanmış durumda. Daha işin başında olduğumuz için bu süreci doğal karşılıyorum çünkü Türkiye'de e-ticaret çok aktif olan, rekabete açık ve başarılı olunduğu takdirde hızla yükselmeye izin veren bir sektör. Özellikle son 2-3 senedir bu alanda girişimcilik konusunda önemli hareketlenmeler oldu. Hatta daha önce isimlerini duymadığımız birçok pozisyon da ortaya çıktı; istihdam haritası bir anda renklendi. Son dönemde yabancı yatırım ve fon kaynakları Türkiye'deki e-ticaret firmalarına ortak oldu, yeni firmalar kurdu veya satın aldı.

Ancak bu yıl Türkiye'de özellikle e-ticaret sektöründe birleşmeler, satın almalar veya kapanmalara şahit olabiliriz. Yurtdışında ise, özellikle yazılım ve mobil sektörlerinde satın almaların devam ettiğini göreceğiz. Genel olarak değerlendirdiğimizde ise, kârlılığı düşük sektörlerde devam etmenin oldukça zor olduğunu söyleyebilirim. Bu nedenle girişimler kısa sürede köşeye sıkışabiliyor ve zor durumda kalabiliyorlar. Buna karşılık, inovasyon içeren alanlar büyük şirketlerin ilgisini çekiyor. Bu alanlarda buluş veya patente sahip tüm girişimciler için yeni yılda fırsat görüyorum.

2014 ve sonrasında yıldızı en çok parlacak girişimcilik alanlarının, dijital teknolojiler

ve internet düzeyinde değerlendirdiğimizde, SAAS olacağını düşünüyorum. Aynı zamanda AI (yapay zeka) ve robot çalışmalarıyla ilgili yurtdışındaki gelişmeleri takip ediyoruz. Türkiye'de de bu alanlarda "katma değeri yüksek" girişimler göreceğimize inancım yüksek.

Türkiye'deki melek yatırımcılar(proje benden para senden türü yatırım türü) da, son yıllarda ağırlıklı olarak teknoloji ve internet girişimleriyle yakından ilgililer. Buna mobil, oyun ve yazılım alanındaki girişimler de dahil. Son zamanlarda "online only brand" adı verilen yalnızca internetten satılan ürünler de yatırımcıların dikkatlerini çekiyor. Özellikle de piyasadaki e-ticaret girişimlerden farklı bir çıkış noktası varsa veya belirli bir dikeye odaklanmışsa girişimciler diğerlerinden farklılaşabiliyor.

**Artık online şirketler, yerel hareket edip küresel bir etki bırakmak için, hangi trendi takip ederse etsin, markalaşma faaliyetlerini geleneksel uygulamalar ve yeni yaklaşımlar ile harmanlamak durumunda.**



Bizim de Türkiye olarak bu tür “yüksek etkili” girişimler çıkarmamız, bunları üniversiteler ve yatırımcılar arası işbirlikleri, özel sektör katkıları, yasal düzenlemeler ve kamu destekleriyle güçlendirmemiz ve sosyo-ekonomik gelişmelerin sağlanması için herkese fırsat eşitliği sunmamız gerekecek. Artık online şirketler, yerel hareket edip küresel bir etki bırakmak için, hangi trendi takip ederse etsin, markalaşma faaliyetlerini geleneksel uygulamalar ve yeni yaklaşımlar ile harmanlamak durumunda. Çünkü dijital, artık tüketiciyle doğrudan iletişimin sağlandığı, farklı alan ve dallarıyla markalaşmanın evrim geçirdiği ve buna göre markaların bünyesinde dijital odaklanan yepyeni istihdam alanlarının ve birimlerin oluşturulduğu bir kanal. İnternet, aynı zamanda ölçülebilir veriler sunan, bu verilerin etkili değerlendirilmesi sonunda da markaları en üst sıralara taşıyacak bir etkiye sahip. Yani markalaşma süreci artık sosyal medya trendlerinin, dijital ve nöro-pazarlama stratejilerinin katkılarıyla çok daha kısa sürebiliyor.

## **Küresel ekonomide internet girişimciliği ve Türkiye'nin bu sermayedeki rolü**

### **Girişimcilik coğrafyası**

2001'deki Dot-Com çöküşü, alışlagelmiş sistemleri altüst ettikten sonra ABD'li risk sermayedarları Avrupa'dan uzaklaşmaya başladı. Ancak 2005-2013 yılları arasında iş ve dağıtım modellerinin de tüketici ihtiyaçlarıyla birlikte değişmesini takiben, PayPal, Amazon web hizmetleri gibi oluşumlar devreye girdi ve döngü bu şekilde kırılmış oldu. Kapsamlı bir dönüşüm süreci başladı ve Avrupa yeniden ön plana çıkmaya başladı. Avrupa ve Asya arasında değerlendirilen ve büyük bir potansiyel barındıran pazarlardan biri de Türkiye. Artık birbirinden kopuk değil, birbiriyle etkileşim içindeki pazarlar kazanıyor.

Bu yıl Etohum olarak 20-22 Şubat tarihleri arasında Antalya'da altıncısını gerçekleştirdiğimiz ve 30 ülkeden 700 katılımcıyla açılış yapan Startup Turkey, dünyanın dört bir yanından gelen katılımcı-

larla küresel girişimcilik ekosistemini ve coğrafyasını çok net bir şekilde temsil etti. 75 girişim ve 150 yatırımcının bir araya geldiği organizasyonda, Japonya, İran, ABD, Hindistan, İsrail, Ürdün ve Avrupa ülkelerinden gelen girişimciler, dünya çapında başarı yakalamak isteyen rakiplerine tavsiyelerde bulunurken, akşamüstü düzenlenen speednetworking etkinliği de yüzlerce kişinin yalnızca iki saat içinde birbiriyle tanışmasını sağladı. Örneğin, bu yıl Ortadoğu ve Kuzey Afrika (MENA) bölgesine yönelik geliştirdikleri girişim ağı hakkında bilgi veren Mena-apps yöneticilerinden Radi El Fassed'den, bölgedeki girişimci sayısının Avrupa ve Amerika'daki 6 milyon dolarlık pazara yakın bir potansiyel taşıdığını öğrendik. Ayrıca bölge nüfusunun hızla arttığını, yüzde 70'inin yaş ortalamasının 34 olduğunu ve MENA pazarında iş yapma fırsatlarının her geçen gün arttığını anlamış olduk. Startup Turkey'ye Hindistan'ın başkenti Yeni Delhi'den katılan Zomato.com'un kurucusu Pakkaj Chaddah da, şu an 11 ülkede iki milyon kullanıcıya ulaşan Zomato.com'un 2015'te 25 ülkeyi hedeflediğini ve bu ülkeler arasında Türkiye'nin de olduğunu söyledi. Avrupa'nın lider araba paylaşımı sitesi Blablacar.com'un başlangıç öyküsünü katılımcılara aktaran Isabel Bescos da konuşmasının sonunda Türkiye'yi büyük bir pazar olarak gördüğünü ve Türkiye'deki girişimciler ile irtibata geçmek istediğini söyledi.

### **Türkiye'deki başarılı projeler ve başarılı projeler yolunda tavsiyeler**

2014 yatırımları için seçilen 15 Etohum girişimi, 3D printing teknolojisinden şehir içi araba paylaşımı uygulamasına, interaktif dijital kitaplardan medikal simülasyon sistemlerine kadar geniş bir yelpazede girişim zenginliği sunuyor. Günümüzün dijital trendlerinden mobil ve bulut bilişimi en iyi şekilde birleştiren, iPhone/web uygulamalarını bulut üzerinde tasarlayan girişimler de var. 2014 girişimlerinin her biri farklı konulara odaklansa da, birbirinden farklı iş modelleri geliştirseler de hepsinin ortak bir özelliği var. Her şeyden önce bu girişimlerin hepsi, küresel boyutta projeler olmasa bile, oldukça büyük bir pazar olan Türkiye'de kolaylıkla büyüyecek, yeni ekonomiyi ve dijital sistemleri sağlam adımlarla büyütebilecek, alışkanlıkları değiştirecek yenilikçi, sorun çözebilen projeler. Bu girişimlerin hepsi, yalnızca geleneksel ticarete daha yatkın bir piyasayı dijital dünyaya taşıyarak farklı bir ekonominin canlanmasına ve yeni ekonominin güçlenmesine yardımcı olmakla kalmıyor, aynı zaman-

da mevcut yapıları bir adım ileriye taşıyarak daha verimli, kullanışlı ve yaygın sistemlerin doğmasını sağlıyor. Dolayısıyla içerik ve bakış açısı düzeyinde değerlendirdiğimizde, önümüzdeki yıllarda karşımıza çıkacak girişimlerin, yaratıcılıkla beslenen ve yeni çözümler ortaya koyan yaklaşımlardan oluşacağına inanıyorum. En azından dileğim bu.

Başarılı girişimler ortaya çıkarmak için birkaç önemli faktör var. Etohum ile birlikte birçok yatırımcı, yatırım yaparken ilk önce ekibe dikkat ediyor. İş yapan girişimcilerin bu alanı bilmeleri, heyecanlı ve tutkulu şekilde çalışmalarını öncelikli olarak baktığımız noktalar. Diğer taraftan iş planı seçimlerimizde çok önemli bir rol oynuyor. Çünkü iş planı başlangıç noktasında girişimcinin elindeki taslak bir harita gibidir; içinde önemli birçok noktayı barındırır. Ancak yolda giderken değişecek birçok durum da olabilir. Arazi şartları, hava durumu vb. değiştiğinde girişimciler haritaya bakarak yol alamayabilir. Dolayısıyla her ne kadar iş planları önemli olsa da, yol üstünde mutlaka değişikliğe uğrayabileceklerini göz önünde bulundururuz. Yapılacak iş modelinin müşterinin hangi sorununu çözdüğüne dikkat ederiz. Pazar rekabetinin ve ekibin iş planında nasıl yer aldığına bakarız. Finansal bölüm geleceğe yönelik tutarlı tahminler içeriyorsa, bu seçim sürecinde bizim için önemli bir artıdır. Aynı zamanda iş planının sayfa sayısından çok içeriğinin doyurucu olmasını tercih ediyoruz. Bu faktörleri değerlendiren, özgün fikirler ile yola çıkan, çalışmaktan yılmayan ve kendini hep güncel tutan girişimciler, eninde sonunda başarıyı yakalayacaklardır.

Rakamlar ve somut isimler üzerinden değerlendirmek gerekirse, biz Etohum olarak bugüne kadar toplam 8 bin başvuru aldık ve bu başvurular arasından seçtiğimiz 1000 girişimciyle yüz yüze görüşmeler yaptık. 250 girişim Etohum okulundan geçti; yatırım yaptığımız 40 girişim arasından 20'si büyük başarılarla imza attı ve Etohum girişimcileri Türkiye'de kendi alanlarında hızla büyüyen başarılı örnekler oluşturdular. Önümüzdeki yıllarda dünya çapında başarıya ulaşacak girişimcilerin çıkacağına eminim. Bugüne kadar yaptığımız başarılı yatırımlar arasında ise; Indirdik.com, Pempepanjur.com, Giderosmobile, Evidea.com, Oyuncakdenizi.com, Dekoreko.com, Connected2.me, Ganipara, Giycem, Sambapos, Pratikchef, Orta Mutfak, LVX, Supportoad, Govatra, Tazelezzetler, Formhane, Mo-bidik var.

# Geleneksel Bir Medya Aygıtı Olarak Sosyal Medya

**Burada belirtmek gerekir ki; 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri arkada kalmasına rağmen sosyal medya tartışması önümüzdeki dönemin en yoğun tartışma alanlarının başında olmaya devam edecektir**

Türkiye bir yandan 30 Mart 2014 Yerel Seçim sonuçlarını tartışırken bir yandan da sosyal medyanın sürece etkisini ve süreçten nasıl etkilendiğini tartışmaya devam ediyor. Seçime sayılı günler kala sosyal medyanın iki etkin mecrası Twitter ve Youtube sitelerine erişimin mahkeme kararıyla engellenmesi, ilgili siteleri yöneten şirketlere Türkiye'nin yasal taleplerini dikkate alması noktasında yaptığı başvuru ve en nihayetinde iki siteye erişimin engellenmesine kamuoyunun verdiği tepki; meselelerin özgürlükler bağla-

mında değerlendirilerek geliştirilen argümanların Hükümete suçlama olarak yöneltilmesi seçim

sathındaki tartışmalar arasındaydı. Gerek Twitter gerekse Youtube gibi sosyal medya mecralarına erişimin (kullanıcıların geliştirdiği farklı yöntemler aracılığıyla) devam ediyor olması da bunlara eklenebilir.

Sosyal medyayı öne çıkartan konulardan bir kısmı da siyasilere ait paylaşımlar oldu. Gerek üretilen capsler, gerekse kes-kopyala yöntemiyle oluşturulan içerikler sosyal medyanın güldüren eğlendiren yanına işaret ettiği kadar esasında farklı amaçlar için kullanıldığında sahip olduğu çarpıtma potansiyeline de dikkat çekti.

Burada belirtmek gerekir ki; 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri arkada kalmasına rağmen sosyal medya tartışması önümüzdeki dönemin en yoğun tartışma alanlarının başında olmaya devam edecektir. Bu yüzden meseleyi biraz daha detaylandırmak, sosyal medyanın ne olduğuna, nasıl bir süreç izleyerek küre ölçeğinde ve ülkemizde zemin edindiğini; toplumsal etkilerinin olumlu-olumsuz yönlerinin köşe taşlarına ve geleceğine dair ne olabileceğine yakından bakmak gerekiyor. Sosyal medya hem kendi mecraları ile hem de esas mecrası internet ile birlikte yakın tarihin en önemli olgusu olarak öne çıkıyor. Kavramsal bir çerçeveye çizerek başlamak açıklayıcı olabilir.



### **Medyadan Sosyal Medyaya Kavramsal Bir Çerçeve**

Özellikle 1990'lardan sonra kitle iletişim araçlarının sayısında yaşanan artış ve ticarileşmenin hızla yaygınlaşmasıyla sıkça kullanılmaya başlanan medya kavramı Latince kökenli bir kelimedir. Medya kavramı, kelime anlamı olarak 'arada, ortada' anlamına gelir, genel olarak ise iki şey arasında tarafsız olmayı anlatır. Fakat bugünkü mevcut duruma bakıldığında kavramın kökeninden uzak bir anlam haritasına sahip olduğu görülür. Medya, özündeki anlama uygun olarak arada-ortada durup bağımsız olması gerekirken taraf tutarak anlam dünyasına aykırı bir durumu öne çıkartmaktadır.

Medyanın muhtevası pek çok yönden iletişimi kazaya uğratan, onu tek boyutlu olarak sunan, yani iletişimi iletme indirgeyen bir dile sahiptir. Herkes kendi durumunu hakikatin tek yansıması olarak sunar. Mesela 'gerçekleri izlediniz' ifadesi tüm

medyada egemendir. Dayatmacı bir söylem olarak dikkati çeken bu yaklaşımın birbirinden farklı kaygılara sahip yayın organları tarafından benimsendiği, herkesin kendi durduğu yeri mutlak hakikat olarak gördüğü, kendi verdiği enformasyonun gerçekten doğru olduğuna dair bir yayın anlayışının egemen olduğunu söylemek mümkündür. Oysa bu yayın politikası, ilkin medya kavramının anlam dünyasına aykırı bir muhtevayı barındırmaktadır. Geleneksel medya araçları olarak varsayılan gazete, dergi, radyo ve televizyon gibi mecralara alternatif bir boyut kazandırdığı için 'yeni medya' ifadesiyle tanımlanan internet ve sosyal medya ortamı da medyanın temel niteliklerini taşımakla birlikte kendine özgü yönleriyle kendini farklılaştırmaktadır. Sosyal medyayı farklı yapan özelliklere aşağıda değinilmekle birlikte en ayırıcı özelliğinin kitle iletişim araçlarında içselleştirilmiş bir durum olan hiyerarşik yapıyı, yani üretici ile okuyucu arasındaki ast-üst ilişkisini yeniden tanımlaması ve büyük ölçüde tarihe gömmesidir. İnsanlar, kurumlara



ihtiyaç duymadan, bizzat kendi olarak görüşlerini yansıtabilme ve aktarabilme imkânına sahiptir.

### **İnternet ve İnternet Gazeteciliği**

Bilgisayar teknolojisi, iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak ilk kez 1960-70'lerde yapılan çalışmalarla ortaya çıktı. ABD'nin askeri amaçlar için geliştirmeye çalıştığı ve muhtemel düşman saldırısında elde verileri güvenilir bir alanda koruyabilme çabasıyla elde ettiği yeni iletişim teknolojisi, 1990'larla birlikte yaygın şekilde kullanılmaya başlandı. 90'ların ortasına doğru küre ölçeğinde hızlı bir kullanım alanı kazanan bilgisayarla birlikte artık internet de kendi mecrasını oluşturmuştu.

Türkiye'de internet sayfalarının ilk kez ortaya çıktığı yıllar da bu döneme denk gelir; gazetelerin internet üzerinden yayın yapmaya başladığı tarih de 1997'dir.

İnternetin temel kavramları açısından bakıldığında hayatımızın pek çok açıdan zenginleştiği ve yeni kavramlar aracılığıyla çeşitlenmeye başladığını söylemek mümkündür. Bilginin sayısal olarak işlenmesiyle internet mecrası oluşur. Literatüre göre herkes bir kullanıcıdır ve internette kitap okuyan da okey oynayan da aynı statüye sahiptir. Niceliksel olarak bir fark yoktur. İnternetle birlikte medyanın genel durumunda yaşanan

değişiklik ise özellikle 'Erişim, Etkileşim, Eşzamanlılık ve Yönetişim' gibi kavramlarla açıklanabilir. İnterneti diğer medya aygıtlarından ayıran temel farklara göre internet daha süratlidir ve bu niteliğinden dolayı zamanda ve mekanda istediğiniz gibi hareket edebilme imkanını kullanıcıya sunar. İkinci belirgin ayırıcı özelliğine göreyse internet herkese söz hakkı verebilmektedir. Bu özelliğiyle geleneksel kitle iletişim araçlarındaki hiyerarşik ilişkiyi kırar. Herkesi yeni bir yarışın içine çeker. Bilgi üreten ve

tüketen modelini kuramsal olarak ortadan kaldırarak herkesi hem üreten hem de tüketen konumuna indirger. Bilgi alabilmek ve bilgi paylaşabilmek noktasında kişilerin kurumlara olan ihtiyacını ortadan kaldırır. Diğer özellik ise ses, veri ve kitle iletişimini tek bir ortamda bütünleştiren yönetişim kavramıyla açıklanabilir. Bu kavrama göre ses iletişimi, veri iletişimi ve kitle iletişiminin bütünleşerek tek bir ortama dönüşmesi interneti farklı kılmaktadır. İnternet, farklı medya biçimleri için tek ortam sunma imkânına sahiptir; buna göre medya içeriği aynı anda hem metinsel (textual) hem görsel (visual) hem de işitsel (audible) unsurlardan meydana gelir. Geleneksel medyaya göre daha zengin, derin ve sınırsız bir içeriğe sahiptir. Her an güncellenebilir özelliktedir, İnternetin karşılıklı iletişime imkan sağlayan etkileşim özelliği; "kaynak ile alıcı arasındaki veya daha geniş anlamda herhangi bir sayıda kaynak ve alıcı arasındaki çok yönlü iletişimi sağlar. Ayrıca, gerçek zamanda kullanıcının çevirim içi iletişim ortamında, iletişimin biçim ve içeriğini değiştirme ve etkilemedeki katılıma imkan tanır. Mesela kullanıcı ve medya aygıtı arasında aracısız bir iletişime vurgu yapar. Elektronik posta, tartışma listeleri ve sohbet odaları vasıtasıyla anında, aynı kanal üzerinden, haberi yazan kişiye erişilebilir. Gazeteciler, okurları ile dolaysız iletişime girerek haber kaynaklarına daha hızlı ulaşabilme, okurların beklenti ve isteklerini tespit ederek daha hızlı cevap verebilmektedir. Gazeteciler, haberde yer alan gerçeklerle ilgili olarak yapılan hataları daha hızlı düzeltebilme imkanını elde etmişlerdir. Kullanıcı, istediği haberi seçebilmekte, uzmanlaşmaya göre arşiv yapabilmektedir. Bu yönleriyle bakıldığında internetin küre ölçeğinde yayılma hızı da diğer iletişim araçlarına göre daha hızlı olmuştur.

### **İnternetin Yayılma Hızı**

Mesela radyonun 50 Milyon kullanıcıya ulaşma süresi 38 yıl, TV'nin 13 yıl, internet içinse bu zaman dilimi sadece 5 yıl sürmüştür.

Dünyada internet rakamları

- ABD: 250 Milyon Civarında
- Almanya: 60 Milyon Civarında
- Çin: 456 Milyon Civarında
- İngiltere: 52 Milyon
- Fransa: 50

- Nijerya: 45 Milyon
- Japonya 100 Milyon
- Hindistan 100 Milyon
- Rusya: 60 Milyon
- Toplamda 2 milyara yakın bir rakam bulunuyor

İnternetin Türkiye’de yayılma hızı Avrupa ve ABD ile eşzamanlı olarak okunabilir. Şu anda ülkemizde 40 milyon civarında kişi internet kullanıyor. Yaklaşık 30 Milyon kişinin facebook hesabı ve 10 Milyonu aşkın kişinin de twitter hesabı bulunuyor.

### İnternet Gazeteciliği

İnternet teknolojisinin hızla yayılması ve benimsenmesi Gazete ve TV’leri de internet sitelerine ve sosyal medyaya önem vererek, öne çıkma çabasına yöneltmiştir. Bu durum hem olumlu hem de olumsuz yönleriyle değerlendirilebilir. Mesela internet ‘tık’ yarışını beraberinde getirmiş ve habercilikte yeni bir yanıltma ve manipülasyon dönemi de başlamış durumdadır. Gazetelere göre daha yoğun bir magazin internete yerleşti. Gazetelerin reklam, ilan ve insan kaynakları gibi iş alanları internet üzerinden yapılmaya başlandı. Haber sitelerinde görülen artışa oranla yazılı basın alanında ‘yeni gazete’ kuruluşunda sayı azaldı. Hatta dünyanın etkin dergilerinden 130 yıllık Newsweek Dergisi kağıda basılı yayıncılığı bıraktığını ve artık internet üzerinden yayın yapacağını açıklayarak bu alanda şaşırtıcı bir duruşa imza attı.

Öte yandan internetin merkezinde yer aldığı yeni medya, gazeteciden çok daha fazlasını istiyor. Hem kendisini hem de diğer yayın organlarını dönüştürecek köklü bir durumu dayatıyor. Aynı grubun bütün yayın organlarında kullanılacak şekilde haber yapması gerekiyor. Şöyle ki; Muhabir, gittiği haberi, hem yarın çıkacak gazete için, hem akşam yayınlanacak TV bülteni için, hem web sayfası için farklı üsluplarda hazırlaması ve haberin sesini okuyup montajını yapması gerekir. Fotoğraf çekmeyi de unutmaması gerekir. Böylece normalde önceden farklı birimlerde çalışanlar tarafından yapılan bu işlemlerin tamamı artık tek ve ‘birleşmiş’ bir haber merkezi tarafından yapılır. İşin merkezinde internet yayıncılığında daima bir adım önde olmak ve haberi en hızlı şekilde güncel olarak verebilmek kaygısı yer alır.

### Sosyal Medya Mecraları

Sosyal medyayı herkesin kendini daha rahat ifade edebilme imkânına sahip olduğu çoklu ortam şeklinde tanımlayabiliriz. Büyük ölçüde herkesin herkese eşit olduğu bir ortam sunuluyor. Sosyal medyada kullanıcı, içeriğin bizzat kendisidir. Sosyal medya bu yönüyle yakın ve uzak geleceğin hem aracı hem de tetikleyicisidir. Sosyal medya mecrası olarak ilk başta twitter ve facebook aklı gelse de kullanıcıların bilgi ürettikleri ve paylaştıkları wikipedia, kullanıcıların oyun oynadıkları ve fotoğraflarını paylaştıkları Flickr; kendi filmlerini çekip yayınladıkları YouTube; alışveriş yaptıkları eBay, Amazon; web günlükleri yazdıkları blogger ve istedikleri sayfalara anında yorumlar yapıp, etiket yapıştırebildikleri çok boyutlu mega yapıları ortamlar sayılabilir.

Bu mecralar sayesinde kullanıcılar yeteneklerini ve düşüncelerini gösterebilmekte ve paylaşabilmektedir. Sosyal medyanın sağladığı rahatlık, çevresel faktörlerin baskısının ortadan kalkmasıyla, insanlardaki kabiliyetleri tetiklemekte ve umulmadık kişiler Facebook ya da Twitter fenomeni/meşhuru olabilmektedir. Ayrıca kısaca belirtirsek sosyal medya aracılığıyla kullanıcı; herkese ulaşabilir, arkadaş grubu oluşturabilir, ürün veya kurum tanıtabilir, ürün ve kurumlar hakkında görüş belirtebilir, makale paylaşabilir, masa başında küreselleşebilir, makam ve şöhret ayrımı olmaksızın; Abdullah Gül’e veya Obama’ya ileti gönderebilir

**Sosyal medya aracılığıyla kullanıcı; herkese ulaşabilir, arkadaş grubu oluşturabilir, ürün veya kurum tanıtabilir, ürün ve kurumlar hakkında görüş belirtebilir, makale paylaşabilir, masa başında küreselleşebilir, makam ve şöhret ayrımı olmaksızın; Abdullah Gül’e veya Obama’ya ileti gönderebilir**

Sosyal medya iki yönlüdür. Bilgi akışı çift taraflıdır. Bir olay sonrası ilk bakılan yer artık sosyal medyadır. Geleneksel medyada bir kez hata yapıldı mı değiştirilmesi zordur. Sosyal medya ise

yeniden düzenlemeye açıktır. Rakamlar üzerinden hareket edersek sosyal medya mecralarının kazandığı önem daha net şekilde görülebilmektedir. Sosyal ağ sitelerine her gün 2 milyar ziyaret gerçekleşmektedir. Kullanıcıların % 81'i arkadaşlarının sosyal ağlardaki profillerini ziyaret etmektedir. Kullanıcıların % 88'i çevrimiçi video izlemektedir. İnternet kullanıcılarının % 47'si marka topluluklarına katılmaktadır. Kullanıcıların % 49'u video paylaşım sitelerine video yüklemektedir. İnternet kullanıcıları haftada ortalama 13 saatlerini internet ve 8 saatlerini sosyal ağlarda geçirmektedir. Kullanıcıların % 42,9'u Twitter kullanmaktadır. Kullanıcıların % 30'u sosyal medya araçlarına mobil cihazlar ile ulaşmaktadır. Kullanıcıların akıllı telefon ve tablet kullanımları artarken, kişisel bilgisayarlar internet ve sosyal medya kullanımında önde gelen araçtır. Firmalar için sosyal medya konusunda güvenlik hizmeti veren ajanslar ortaya çıkmaya başladı. Google'da arama yapıldığında ilk sıralarda çıkılmasını sağlayacak teknik destek verici şirketler kuruldu. Her şey iş alanı olarak internet ve sosyal medyaya taşındı. E-ticaret gelişti. Şirketleri mobil uyumlu olmaya zorladı. Bunun arkasında ise alışverişlerin genellikle tablet bilgisayar ve akıllı telefonlarla yapılıyor olmasıdır. İnternette yapılan alışverişlerin yarısı bu araçlarla yapılıyor. Şu anda ABD'de alışverişin yaklaşık yüzde 30'u internette ve genellikle mobil cihazlar aracılığıyla yapılıyor.

Bugün sosyal medya artık hem televizyon hem de filmler için vazgeçilmez araçlardan biri. Dünyanın birçok yerinde sosyal medya, sadece kişisel duygu ve düşüncelerin değil, kişisel eğlence deneyimlerinin de paylaşıldığı bir platform haline geldi. Sosyal medya kullanıcıları izledikleri dizileri, şov programlarını, filmleri, spor programlarını ve futbol maçları gibi birçok televizyon programını sosyal medyada paylaşarak görüş bildiriyorlar. Diğer bir yandan programlar hakkındaki olumlu ya da olumsuz yorumlar da yaparak gündem oluşturma, birbirlerini etkileme ve karşılıklı olarak eğlence davranışlarını değiştirebilme gücüne de sahipler. Televizyon yöneticileri ise, en başta olacakları kestiremeseler de, bugün sosyal medya kullanıcılarının gücünün farkında. Hatta öyle ki bugün, birçok televizyon programı Twitter'da hashtag ler (#) oluşturarak programda yer alan konu ve olayların sosyal medya kullanıcıları tarafından paylaşılmasını sağlıyorlar. Bunun yanında, televizyon programcılarının yarattığı hashtagler, sosyal medya kullanıcılarına, programda geçen olayları ken-

di açılarından ele almaları da sağlayarak, sosyal medya paylaşımlarını destekliyor. Televizyon programlarının en çok tartışıldığı sosyal medya araçlarına bakıldığında ise facebook ve twitter öne çıkıyor. Bu konuyu irdeleyen bir rapora göre televizyon izleyicilerinin %79'u televizyon izlerken diğer bir yandan Facebook'ta vakit geçiriyor. %83'ü internette sörf yapıyor, %41'i ise izledikleriyle ilgili tweet atıyor. Twitter'da paylaşılan tweetler'e bakıldığında %76'sını televizyon showları ile ilgili tweetler oluştururken %51'ini izlenen programlarla ilgili konuşmalar oluşturuyor. Sosyal medyada en çok konuşulan televizyon programlarına bakıldığında ise komedi dizileri ve reality programları ilk ikide yer alıyor. Spor programları ise 3. sırada bulunuyor. Sosyal medyada %66 oranında en popüler televizyon programları konuşulurken, %50 oranında ise televizyonda gösterilen filmlerden bahsediliyor. %11 oranında ise sahne performanslarından oluşan televizyon programları konuşuluyor. Daha önce de bahsettiğimiz gibi sosyal medya kullanıcılarının paylaşımları eğlence alışkanlıklarını belirleme ve etkilemede de oldukça etkili. Sosyal medya kullanıcılarının paylaştığı müzikler %82 oranında dinlenme oranına sahipken, televizyon programlarıyla ilgili tavsiyeler %76 oranında izlenme sağlıyor, paylaşılan film yorumları da filmlerin izlenmesinde ise %75 oranında etkili. En son sırayı %74'le video oyunları alıyor. Kuşkusuz sosyal medyanın tercihler üzerinde artan hızlı etkisi detaylandırılabilir. Fakat biraz da eleştirilen yönlerine dikkat çekmek gerekiyor.

### **Sosyal Medyanın Eleştirilen Yönleri**

İnternette birlikte hayatımıza giren ve belirtildiği gibi farklı alanlarda onlarca yeniliği ve katkıyı sunan sosyal medya, bazı alanlarda da eleştirilmektedir. Bunlardan birkaçını vurgulamak gerekirse mesela sosyal medya özel alanın kaybına neden oldu ve mahremiyet duygusunu büyük ölçüde zedeledi. Merak duygusuyla yapılan her şeyi meşrulaştırdı. Zaman ve mekan algısını yok etti. Çok hızlı aktığı ve değiştiği için kontrolü zorlaşmaya başladı. Bir şey yapılıyor hissi vermesine rağmen son kertede hiçbir şey ortaya çıkmadığı için zaman israfına yol açan bir araca dönüştü. Buna bağlı olarak psikolojik gerilimler oluştu. Argoyu ve küfrü sıradanlaştırdı. Editöryal sürecin olmaması, denetlenemez olması, yalan haberlerin hızla yayılabilmesine ve tamiri zor olabilecek sosyal yaraların oluşmasına neden oldu.



Gözetleme kültürünün etkinleşmesini ve gözetlenme isteğinin dışa vurmasını teşvik ederek özel ve kamusal hayata dair yeni tartışmaların kapısını açtı. Son kertede ise insanın aradan çıkartıldığı, makine aracılığıyla yapılan bir iletişimin yaygınlaşmasını sağlayarak yabancılaşmaya ve sosyal uzaklaşmaya kapı araladı.

### **Sonuç**

Burada geleneksel medyadan internete, sözlü kültürden yazılı kültüre ve internetle birlikte çoklu medyaya dair daha fazlası söylenebilirdi. İnsanın mağara duvarlarına resim çizerek başlattığı görselliğin bugün sosyal medyaya taşınması; taş tabletlerle başlayan teknolojik haberleşmenin bugün dijital tabletlerle sürdürülüyor olması iletişim teknolojilerindeki hızlı değişimi ortaya koymakta ve hem dönüşümün hem de yer değiştirmelerin zaman gibi akıp giden bir niteliğe sahip olduğu ortaya çıkıyor. Sosyal medya mecralarının da bu akışın içinde benzer bir durumunun olduğunu, sosyal medya mecralarının iletişim teknolojilerinin akışı içinde birer durak olduğunu, belki de çok kısa bir

zaman sonra yerlerini başka aktörlere bırakarak tarih sahnesinden çekileceğini vurgulamak gerekiyor. İnternetin ve sosyal medyanın başta gazetecilik olmak üzere, halkla ilişkiler alanından reklamcılığa, eğitimden sağlığa uzanan pek çok meslekte yol açtığı değişikliklerin anlaşılabilmesi ve yola devam etmek isteyen kurumlar tarafından hayata geçirilmesi gerekiyor. Aksi taktirde mesleği gerektirdiği halde teknolojiyi iskalayan kuruluşlar ciddi sorunlarla karşılaşabilir. Sosyal medya ancak artıları ve eksileri dikkate alınarak etkin ve etkili bir şekilde kullanılabilir; dışlayarak atılacak adımlar beklenmedik negatif etkileriyle birlikte geri dönüş yapabilir. Gelinecek noktada dikkat çeken konulardan birisi de özellikle içeriğin aktarılma biçimi yönünden sosyal medya ile geleneksel medya arasında örtüşmelerin yaşanması; sosyal medyanın etkileşimli boyutunu kaybederek herkesin kendi propagandasını yapma çabasında olduğu tek yönlü bir iletişim ortamına dönüşmeye başlamasıyla ilgilidir. Görünen o ki geleneksel medya ile sosyal medya gün geçtikçe daha fazla ortak özelliğe sahip olacak.

# İnternette ‘Click’al Örgütlenme

**Ağ toplumunun en önemli özelliğinin ise tüm dünyada iletişimi kolaylaştırması ve böylece ticari ya da sanatsal üretimden tutun herhangi bir yerdeki siyasi problemlerin çözümüne kadar hayatın her alanında zamandan ve mekandan bağımsız hareket edilerek sorunların üzerine gidilebilmesidir**

Dünyada artık toplumsal değişimin merkezinde teknolojik gelişmeleri görüyoruz. İnternetin ve bilgisayarın yaygınlaşmasıyla adeta hayatın her alanında iş ve işlemlerin bu mecrada yapılması üretim biçimlerinden örgütlenmeye kadar bir dizi unsuru da etkilemiş durumda.

## **Bu Ağlar Kimin Avcının Mı Avin Mı?**

İnternetin mi insanları insanların mı interneti kullandığı tartışma konusu olabilir ama görünen o ki hayatı biçimlendirmenin ilk adreslerinden birisi internet ağlarıdır. Bireylerin ve topluluk-

ların başta eğlence olmak üzere siyasi, ekonomik ve ideolojik amaçlı değişik platformlarda toplandığı bu dünyayı ağ toplumu olarak isimlendiriyoruz. Ağ toplumunun en önemli özelliğinin ise tüm dünyada iletişimi kolaylaştırması ve böylece

ticari ya da sanatsal üretimden tutun herhangi bir yerdeki siyasi problemlerin çözümüne kadar hayatın her alanında zamandan ve mekandan bağımsız hareket edilerek sorunların üzerine gidilebilmesidir. Dünyada ekonomik gücü elinde bulunduran büyük şirketler yada devletler şüphesiz ki bu ağları istediği zaman kesebilir yada istediği şekilde manipüle edebilir bu da ağların özgürlüğe açılan, halkların birbiriyle bağlantı kurduğu bir iletişim aracı olmasını sonlandırabilir. Bilgi akışı ve ticaretin yine bu büyük güçler tarafından ağlara teslim edildiği bu dünyada böylesine kısıtlamalar kendisine de zarar vereceği için şimdilik sadece lokal bölgelerde ve kimi ülkelerde internet kısıtlamalarına şahit olmaktayız.

Artık bu ağ toplumunda yeni bir iletişim biçiminin aynı zamanda yeni bir diline de şahit oluyoruz. Bilgisayar ve internetin doğasından kaynaklanan dil ‘yeni medya’ ‘sosyal medya’ gibi kavramlarla ifade ediliyor. ‘Sanal cemaatler’ gibi eskiyle yeniye mezcettiren tabirleri kültür dağarcığımızı hediye ediyor ve en önemlisi emeğin, ticaretin değişen yapısı karşısında ortaya çıkan haksızlıklarla mücadelede eski örgütlenme biçimlerinden farklı yeni örgütlenme biçimlerini de ortaya çıkartıyor.

Örgütlenme deyince akla ilk gelen kavramlardan birisi sendikadır. Sendikalar özellikle işçi sendikacılığı boyutuyla ön plana çıkmış yapılarıdır. Şimdi ise teknolojinin insansız üretim biçimleri işçi sınıfını eritirken bir yandan devletlerin özelleş-



tirmeye giderek piyasa ekonomilerini büyütmesi başta 'taşeron çalışanlar' olmak üzere yeni bir çalışan profilini ortaya çıkarmaktadır. Nitekim "OECD ülkelerindeki 1960'da yüzde 35'lerde olan sendikalaşma ortalaması, 1980'li yıllarla birlikte gerilemeye başlamış ve 2010 yılında ise yüzde 20'lerin altına düşmüştür. <http://www.oecd.org/statistics/> Türkiye'de ise 1988 yılında yüzde 22 olan sendikalaşma oranının 2013 yılında yüzde 9'lara gerilemesi sendikalaşmadaki büyük düşüşün ülkemizde de yaşandığını göstermektedir(ÇSGB, 2013). Burada bahsedilen rakamların işçi sendikacılığıyla ilgili olduğu unutulmamalıdır.(1)Kamu çalışanlarına ait sendikal faaliyetler ise yükselen trendleriyle yeni bir hak savunma platformu olarak dikkat çekiyor. Öyle ki Türkiye'de 2002'den bu yana 2013 itibarıyla 2 milyon 135 bin kamu görevlisinin 1 milyon 468 bini sendikalı. Sendikalaşma oranı yüzde 69'a ulaştı. (2)

Liberal politikalar karşısındaki bu savrulma değişik alanlarda çalışan emekçiler açısından yeni mağduriyetler ortaya çıkartırken bununla mücadele yolunda da yeni örgütlenme stratejile-

ri ortaya çıkartmaktadır. Örneğin büro işlerinde çalışan 'Beyaz yakalı' sınıf bile sözde imtiyazlıken artık günümüz dünyasında iş güvencesinden uzaklaşan yeni bir mağdur sınıfa işaret etmektedir. Hizmet sektöründen tutun teknik yetenek gerektiren iş dallarına kadar çeşitlenen bu yeni sınıf fabrikalarda değil artık plazalarda örgütlenmektedir. Esnek çalışma koşulları sebebiyle giderek güvencesizleşen ve sınıfsal örgütlenme olanaklarını da kaybettiği görülen yeni beyaz yakalılara artık prekarya(1) denmektedir. Örneğin yeni bir sınıf olan prekaryanın örgütlendiği <http://plazaeylemplatformu.wordpress.com/> bu konuda ilginç bir örnektir. (3)

Kendilerini kısaca PEP (Plaza Eylem Platformu) olarak tanıtan grup 'Turnikeler Ayırır Meydanlar Birleştirir' sloganıyla örgütlenmelerini sürdürmektedirler.

### Çevrimiçi Online Eylem

Yine internette sosyal medya vasıtasıyla yapılan eylemlere de rastlıyoruz. Siyasetçilerin yada örgütlü güçlerin tweeter mitinglerinden tutun

facebooktaki çevrimiçi eylemlere kadar sanal alemde sağlamak istedikleri sayısal üstünlük meydanlara kalabalıkları toplamak kadar önemli bir hale gelmiş bulunmaktadır. Konuyla ilgili 'AĞ TOPLUMUNDA ÖRGÜTLENME: FACEBOOK'TA ÇEVİRİMİÇİ TEKEL EYLEMİ' başlıklı bir çalışmada 'Ağlara dayalı ve ağlar yoluyla işleyen bir toplumun yine ağlar üzerinde örgütlenmesi ise kaçınılmaz olacaktır.' (Sh 200) denildikten sonra facebooktaki örgütlenme şekilleri şöyle sıralanmaktadır; 'Facebook'taki örgütlenme türleri şu şekilde tespit edilmiştir (Toprak vd., 2009: 204-237): Siyasal örgütlenmeler, ırkçılık ve nefret söylemini yayan örgütlenmeler, dini örgütlenmeler, sendikal örgütlenmeler, çeşitli nedenlerle Facebook hesaplarını hacklemek için kurulan örgütlenmeler, sivil toplum örgütlenmeleri, kampanya içerikli örgütlenmeler. ' (4)

**Klasik örgütlenme sonucu kurumsallamış örgütler başta kendi internet siteleri olmak üzere internet aracılığıyla mevcut ve potansiyel üyelerine hızlı ve etkin bir şekilde ulaşabilmektedirler. Bu sayede kamuoyunu ve üyelerini bilgilendirmekte ve üyelerinden gelen yorumlar ve maillerle kendisine yeni stratejiler çizebilmektedir**

#### 'Click'al Örgütlenme

Bilgisayar kullanırken farenin çıkarttığı 'click' sesinden mülhemen klickal örgütlenme dediğimiz yeni bir örgütlenme yapısından bahsedeceğiz. İnternetin özellikle sosyal medya üzerinden ülkelerde rejimleri bile değiştirdiği düşünülürse bu konuda internetin örgütlenme üzerine etkisinden örnekleriyle bir kaç fikir serdeceğiz.

Türkiyede Gezi

olayları dünyada ise ABD'de finans dünyasına öfkeyi yansıtan 'Wall Street'i İşgal Et' eylemi ve Mısırda askeri darbeye karşı Rabia direnişi gibi bir çok olayın örgütlenerek meydanlara taşınmasını sağlayan mecra internet olmuştur.

SMS,e-mail yada sosyal medya tabir edilen tweeter,facebook gibi platformlar aynı fikirde olan insanların bir araya gelmesini kolaylaştırarak eylemlerini hem sanalda hemde reelde gerçekleştirmelerine vesile olmuştur.

Dünyada gelişen bu olaylara baktığımızda internette örgütlenme biçimini temelde ikiye ayırabiliriz

-Klasik örgütlenme sonucu belli bir kurumsal yapıya ulaşmış yapıların internetle gelen iletişim ve bilgilendirme ağlarını kullanması.

-Reelde örgütlenme bürokrasisinden ve prosedüründen uzak tamamen sanal katılımcılıkla oluşan, sorunlara yada ihtiyaçlara cevap arayan kısa vadeli grupların oluşturduğu sonuç almaya yönelik örgütlenmeler.

Bu ikisinden hangisi daha etkili ve önemlidir sorusuna cevap aramayacağız.Bizim için ister sanalda isterse reel alemde olsun efsunkar kelime örgütlenmedir,teşkilatlanmadır. Platformu farketmeksizin asıl önemli olan örgütlenebilmektir.Bu gerçekleştiğinde bir şeyler yapılabilmektedir.

Klasik örgütlenme sonucu kurumsallamış örgütler başta kendi internet siteleri olmak üzere internet aracılığıyla mevcut ve potansiyel üyelerine hızlı ve etkin bir şekilde ulaşabilmektedirler. Bu sayede kamuoyunu ve üyelerini bilgilendirmekte ve üyelerinden gelen yorumlar ve maillerle kendisine yeni stratejiler çizebilmektedir.Sendikal çalışmalarda internetten üye olabilmenin yolu açılmakta e-sendikalara doğru gidilmektedir.Örneğin işçi sendikacılığında ancak noter ücreti ödenerek yeni bir sendikaya geçilebilirken bu sendikal prosedür sonlandırılmış ve değişen 6356 sayılı sendikalar ve toplu iş sözleşmesi kanunu ile e-devlete üye olan her işçinin bu e-devlet portalinden sendikasını 7 Kasım 2013'ten itibaren ücretsiz değiştirebilme imkanı getirilmiştir. (5)

Sendikaların yeni iletişim teknolojilerini örgütlenme faaliyetlerinde etkili bir araç olarak kullandıklarının örnekleri artmaktadır. Örneğin Petrol-İş Sendikası Bursa örgütlenme sorumlusu yeni işçiler ile bağ kurmak için interneti araç olarak kullandıklarını şöyle anlatmaktadır:

İnegöl'de bir fabrikayı örgütlemek için belki bazılarınin karşı olduğu facebooku kullandık. Çünkü orada çalışanlarla bir türlü bağlantı kuramıyorduk. Facebook üzerinden bir sayfa oluşturduk ve burada çalışan arkadaşların ismini belirleyip onlara davet gönderdik, bu sayfaya üye olun diye. Olumlu yanıtlar aldık... Şimdi orada yani 183 kişilik işyerinde 112 kişiyi üye yaptık ve yetki için müracaat ettik. İki hafta gibi kısa bir sürede gerekli çoğunluğu bu sayede yakaladık diyebilirim. (6)

Küreselleşmeyle birlikte gelen büyük sermayenin tüm dünyayı kuşatırken 'Allah dağına göre kar verir misali' örgütlü güçlerinde tüm dünyayı saran bir ağdan faydalanarak haksızlıklara karşı koyduğunu görüyoruz. Uluslararası sermayeye karşı uluslararası dayanışmayı sergileyen Labourstart bu konuda önemli bir örnektir. <http://www.labourstart.org> adresinde Türkçe dahil bir çok dilde hizmet veren site 'Sendikacıların İnternette Güne Başladıkları Yer.' sloganıyla hizmet vermektedir.

Bu haber ve eylem portalı üzerinden haksızlığa uğrayan çalışanlar şirketin bulunduğu yada yöneticilerinin bağlı olduğu ülkelere online aktivizm gerçekleştirerek baskı yapabilmektedirler. Zaten örgütlenmede uluslararası yapılanmalara üyelik ve başkanlık yapmak ulusal ölçekli her örgütlenmenin başvurusu gereken bir platform olmuştur çünkü küresel rekabette küresel güçlere yine küresel örgütlenmelerle karşı konulabilecektir.

### **Bireyselliğin Önlenemeyen Örgütlenme Arzusu**

İnternette paylaşım duygusal yaklaşımı ve ortak menfaatleri ortaya çıkartmakta bu da aktif bir iletişim sürecini başlatmaktadır. Oyundan işe ticaretten sosyalleşmeye kadar bir çok alanda oluşan gruplar interaktif ve masrafsız birer yeni örgütlenme biçimidir. Buradaki güçbirliğinin startını bireysel girişimler vermektedir. Örneğin Can Ozan Tuncer adında sivil bir "fikir işçisi", Twitter'da Van depremi adına bir yardım kampanyası başlatıp tüm Türkiye'yi ardına takabiliyor.(7)

Sosyal medyada örgütlenme sosyal kimliği sanal alemde inşa etme gayreti ve bu kimliklerin bir araya gelmesiyle ortaya çıkan yeni bir örgütlenme biçimidir. Sonuçları ve etkisiyle kendini hemen ortaya koyan ve çabuk farkedilebilen yeni bir aktivizm dalgasıdır. Sanal alemde örgütlenme farklı aidiyet duygularına sahip olursa bile spontane gelişen bir olayda taraf olmayı örgütsel bir bürokrasiye ve prosedüre gerek bırakmadan süratle oluşturulabilen zaman ve mekandan bağımsız dinamik bir süreçtir.

Fakat bu tip hak arayışlarında internette örgütlenme biçimlerine bakıldığında uzun vadeli örgütlenmelerden ziyade daha çok kısa vadeli birer hak arama duraklarından oluştuğu görülecektir. Change.org gibi herhangi bir konuda imza kampanyası düzenleyen platformlar ucuz bir eylem alanının kapısını aralamaktadır.

### **Tenakuz-Acibe; Sanalda Varsan Reelde Varsın**

Sosyal medya ve internet ancak burada varolanların yeni dünyada var olabileceğini ve yeni bir üst sınıf oluşturabileceğini söyler. Sanalda varlık adeta reel dünyada varlığına prestij sağlayan bir konuma yükselmiş durumdadır. Örneğin dünyada örgütlenen kuruluşlar artık kendilerini tweeter ve facebook üzerinde ifade etmek için yarışa girmiş durumdadır. Kimin en çok izleyeni ve beğeni tiki varsa artık haklı olup olmadığına bakılmaksızın tüm gözler ona çevrilmekte bu tıklanma sayısının çokluğu adeta demokratik bir haklılık kazandırmaktadır.

### **İnternetsiz Güç Mümkün Mü?**

Konuyla ilgili yaptığım araştırmada en çok merak ettiğim dünyanın en güçlü sendikası olarak lanse edilen Meksika'da öğretmenlerin örgütlendiği 1,5 milyon üyesi olan Snte Nacional (Eğitim Emekçileri Ulusal Birliği) 'nin internet kullanımı oldu. Sendikanın eski genel başkanı ve Meksika'nın en güçlü kadını olarak bilinen sendika lideri Elba Esther Gordillo, yolsuzluk suçlamalarıyla tutuklanmıştı. Maestro lakaplı Gordillo 'nun Latin Amerikanın en büyük sendikası SNTE'yi bir blok halinde tek bir partiye yönlendirme becerisini sergilediği için ülke siyasetinde büyük bir etkisi olduğu söyleniyordu.

Sendikanın reel alemdeki bu gücüne rağmen sanal alemdeki performansı ise şaşırtıcı derecede zayıf. İnternet sitelerinin reyting ölçümünde az da olsa bir fikir verebilen alexada sendikanın resmi sitesi [snte.org.mx](http://snte.org.mx)'in Meksika içinde 5,457. sırada olması reel alemdeki gücüyle ters bir tablo sunuyor. En azından bu kadar üye sayısı ile ilk 1000'e girmeliydi. Yine sosyal medyada sendi-

**Bu medyanın en önemli özelliği interaktif yani katılımcı yönünün olması. İnsanlar artık medyada tüketici değil üretici ve paylaşımcı olmak istiyor. Çok riskli durumlarda kimliğini saklanarak örgütlenebilme ve fikrini beyan edebilme şansı verdiği içinde ilk tercih edilen risksiz bir eylem alanı.**





kanın resmi tweeter izleyici sayısı 3618 iken facebookdaki beğeni sayısı ise 11 744 ile yine üye sayısına göre çok düşük gözüküyor. Bkz. <https://www.facebook.com/SNTE.OFICIAL?ref=hl> (Bu rakamlar 21.03.2014 tarihine aittir)

### Click'al Örgütlenmenin Dayanılmaz Ucuzluğu

İnsanlar için artık çok kolay ve ucuz yollu tepki vermenin ilk durağı internet ve sosyal medya oldu. Tepkisinden sonuç elde etmese de pahalı bir yola başvurmadığı için bir nevi bedava başarısızlık yani. Bu medyanın en önemli özelliği interaktif yani katılımcı yönünün olması. İnsanlar artık medyada tüketici değil üretici ve paylaşımcı olmak istiyor. Çok riskli durumlarda kimliğini saklanarak örgütlenebilme ve fikrini beyan edebilme şansı verdiği içinde ilk tercih edilen risksiz bir eylem alanı.

Özellikle cep telefonlarında tümleşen TV, sosyal medya, kamera gibi unsurlarla her birey yada resmi teşkilat üyesi artık memleket meselelerinde hayatın her alanına dair konularda karar mekanizmalarında bulunarak daha hızlı kamuoyu oluşturabiliyor. Seçkin sınıflara ve imtiyazlı zümrelere dayanarak yapılan değişimleri sıkıntıya sokacak bir halk örgütlenmesiyle karşı karşıyayız. Halkın sesine kulak verme devri bitmiş ses veren halkın mecburen duyulan bu sesini yönlendirme ve cevaplama dönemi başlamış bulunmaktadır. Bu yüzden internette örgütlenme sadece yönetilenlerin değil yönetenlerinde ihtiyaç duyduğu yeni bir güç olarak hayatımızın vazgeçilmezleri arasına girmiş bulunmaktadır.

### DİPNOTLAR

- (1) Sendikal Örgütlenmede Yeni Deneyimler ve Değişen Stratejiler, Bilge ÇOBAN, Çalışma ve Toplum dergisi, Sh. 377 , Sayı: 2013/3
- (2) Sendikal 'destan' yazıyorlar!, Aziz Çelik , <http://www.sendika.org/2013/07/sendikal-destan-yaziyorlar-aziz-celik-birgun/> (Linke ulaşım tarihi 23.03.2014)
- (3) PREKARYA GECELER 21. Yüzyıl Dünyasında Geleceği Olmayan Beyaz Yakalıların Rüyası, LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi, EUL Journal of Social Sciences (IV:II) December, Yrd. Doç. Dr. Aslı Vatanserver, Doğu Üniversitesi, Fen-Edebiyat Fakültesi İnsan ve Toplum Bilimleri Birimi Öğretim Üyesi, Sh. 1, 2013 Aralık
- (4) AĞ TOPLUMUNDA ÖRGÜTLENME: FACEBOOK'TA ÇEVİRİ-MİÇİ TEKEL EYLEMİ, Organization on Network Society: Online Tekel Protest on Facebook, BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ DERGİSİ, Balıkesir University The Journal Of Social Sciences Institute, Sh 185,
- Göksel Göker, Adem Doğan
- (5) Sadece e-devlete üyelik için alınan şifreli zarfa verilen 2 TL'lik bir ücret mevzubahistir. Bu da sendika değişimi için değil e-devletin her imkanından faydalanılması için herkesin verdiği bir ücrettir. <https://www.turkiye.gov.tr/bilgilendirme?konu=sikcaSorulanlar#sifrenerdenalinir> (Linke ulaşım tarihi 23.03.2014)
- (6) Sendikal Örgütlenmede Yeni Deneyimler ve Değişen Stratejiler, Bilge ÇOBAN, Çalışma ve Toplum dergisi, sh 400, Sayı, 2013/3
- (7) Doç. Dr. Zeki Taştan , DEĞİŞEN ÖRGÜTLENME MODELİ: İNTERNET SOKAKLARI!, <http://bolgegazetesivan.com/yazar.asp?yaziID=2828> (Linke ulaşım tarihi 23.03.2014)

# Bilişim Toplumuna Özgü Bir Suç Tipi: Bilişim Suçları

Bilişim kelimesi muhtelif sözlüklerde; “İnsanların teknik, ekonomik ve toplumsal alanlardaki iletişiminde kullandığı ve bilimin dayanağı olan bilginin, özellikle elektronik makineler aracılığıyla düzenli ve akılcı biçimde işlenmesi, bilginin elektronik cihazlarda toplanması ve işlenmesi bilimi, informatik” olarak açıklanmaktadır.

Teknolojinin gelişmesi ile beraber artış gösteren bilişim suçları konusunda herkesin ittifak ettiği bir tanım yoksa da en geniş kabul gören tarif, o zamanki adıyla Avrupa Ekonomik Topluluğu Uzmanlar Komisyonunun Mayıs 1983 tarihinde Paris Toplantısında yaptığı tanımlamadır. Buna göre bilişim suçları, “bilgileri otomatik işleme tabi tutan veya verilerin nakline yarayan bir sistemde gayri kanuni, gayri ahlaki veya yetki dışı gerçekleştirilen her türlü davranıştır.” Hukuki ve teknik terminolojinin dışında genel anlamda ise bilişim suçları, “teknolojinin yardımı ile genellikle sanal bir ortamda kişi veya kurumlara maddi veya manevi zarar vermek” olarak tanımlanabilir.

Bu alanda yapılan ve suç olarak tanımlanan ihlaller; bilgisayar suçu, bilgisayarla ilgili suç, bilgisayar suçluluğu, elektronik suç, bilgisayar vasıtası ile işlenen suçlar, bilişim suçları ya da suçluluğu, bilişim ihlali gibi değişik terimlerle ifade edilmeye çalışılmaktadır.

Bilgisayar programları ve bilişim sistemleri üzerinden iletilen veya üretilen veriler, insan emeğinin

bir ürünü olup “eşya” niteliğinde tanımlanarak, onu üreten insana ait bir mülkiyet/hak konusu olduğu konusunda hukuk âleminde yerleşmiş bir uzlaşma bulunmaktadır.

Bilgisayar veya benzeri bilişim donanımları üzerinden üretilen veya kullanılan verilerin çalınması, kaybolması, silinmesi, kopyalanması, içeriğinin değiştirilmesi, zarar verilmesi veya imhası, bazı durumlarda kişisel hakkın/mülkiyet hakkının çok daha ötesinde kamu güvenliğini tehlikeye düşürebilecek derecede olumsuz sonuçlara yol açmakta veya bu potansiyeli bünyesinde taşımaktadır. İşte bu tür durumlar, klasik hukuki sorumluluk dışında hukuka aykırı kullanım nedeniyle ceza hukuku anlamında suç sayılmak suretiyle yaptırıma bağlanmıştır. Suç ve ceza siyasetinin ana ilkesi gereği, bilişim sistemlerinin oluşturulma amaçlarını ve onlardan beklenen faydayı engelleyecek mahiyette kişilerin, grupların veya toplumun tümünün zararını hedef alan, menfaat temini amaçlı hukuka aykırı davranış biçimlerinin belirlenerek cezalandırılması yerindedir.

Bilişim teknolojilerinin akıl almaz bir hızla gelişmesi ve insan hayatına sağladığı kolaylıklar sayesinde, banka ve kredi kartı işlemleri gibi çok hassas işlemler, bilişim teknolojileri kullanılarak gerçekleştirilmeye başlanmış ve bunun sonucunda bilişim güvenliği kavramı da ön plana çıkmıştır. Yıllar geçtikçe bilişim güvenliğini tehdit eden faktörler çoğalmış ve hatta gü-



nümüzdeki en önemli suç tiplerinden birini oluşturan bilişim suçlarını doğurmuştur.

Bilişim suçlarının çok geniş bir kapsama alanı bulunmakla birlikte, kesin olarak günümüzde bir sınır çizilememiştir. Bunda hızlı bir biçimde şekil ve içerik değiştiren teknolojinin ve bunun doğrudan sonucu olarak ortaya çıkan uygulamaların farklılığı ve değişim hızı önemli bir etkidir. Bilişim suçları ile mücadele kavramı, özellikle Türkiye için oldukça yeni bir kavramdır. Mücadele anlamında gerek hukuki gerekse teknik anlamda bazı sıkıntılar bulunmaktadır. En önemli sıkıntıların kaynaklandığı nokta bilişim suçlarının tespiti ve değerlendirilmesinde hem teknik hem de hukuki bilgilerin entegre bir şekilde kullanılmasıdır. Bu, sanal bir ortamı fiziksel bir ortam olarak ele almak anlamına gelmektedir.

Suçların tespiti ve yargılanmasındaki en önemli husus delillendirmedir. Delillendirme kısaca, bir suç ile ilgili o suçun kim tarafından ve ne şekilde işlendiğini ispat edici nitelikte bilgiler elde edilmesi ve bunun adli mercilere sunulması şeklinde tanımlanabilir.

Bir bilişim suçu ile ilgili, elektronik veya manyetik bir ortam üzerinden iletilen veya bu ortamlara kayde-

dilen bilgilere kısaca dijital delil ve bunların ilgili birimlere sunulmasına da dijital delillendirme diyebiliriz. Dijital delillerden bazıları şu şekildedir; veri dosyaları, kurtarılmış silinmiş dosyalar, kayıp alanlardan kurtarılmış veriler, dijital fotoğraf ve videolar, sunucu kayıt dosyaları, e-posta, chat kayıtları, internet geçmişi, web sayfaları, kayıt logları, abone kayıtları.

Dijital deliller, üzerinde çok kolay bir şekilde oynatabildiği için, oldukça hassas bir yapıya sahiptir. Dolayısıyla bilişim suçlarında delillerin standartlara uygun bir şekilde toplanması ve korunması çok büyük önem arz etmektedir. Bu işlemler mutlaka konusunda uzman kişilerce yapılmalıdır.

Dijital deliller konusunda en çok tartışılan noktalardan bir tanesi de, bu delillerin mahkeme esnasında nereden, kimlerden, ne zaman alındığını ve ilk alındığı andan itibaren bütünlüğünün bozulmadığının nasıl ispat edileceğidir. Günümüzde bu tip sorunlara değişik kriptografik çözümler getirilmiştir. Fakat dijital delillerin ispatında bu sistemlerin yalnız başına kullanılması yetmemektedir.

Bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte günümüzde insanlık tarihi açısından çok ö-

nemli bir devrim olarak kabul edilmenin yanında bilgisayar kavramı sadece hayatımızı kolaylaştıran bir devrim olmaktan çıkmış, suç kavramı ile birlikte anılan bir araç haline de gelmiştir. Bu tür suçlar özellikle dijital ortamdaki değerlere yapılan saldırılardır ve genellikle bankalardaki finans kayıtları, hastane kayıtları, askeri bilgiler v.b. bu saldırılara maruz kalma potansiyeli taşımaktadır ve bildiğimiz klasik suç tiplerinin; hırsızlık, soygun, terörizm, sabotaj, kaçakçılık ve birçoğunun dijital ortamda yerini alacağı anlamına gelmektedir.

İnternet üzerinde oluşturulan sistemlerle, kumar oynatılabilmekte, ciroları günlük milyon dolarları aşan siteler üzerinden yasa dışı kumar faaliyeti yürütülmektedir. Kişilerin e-mail bilgileri çalınmakta (hacklenmekte), çalınan e-mail bilgileri kullanılmak suretiyle nitelikli dolandırıcılık suçu işlenmekte; pornografik (özellikle çocuk pornosu) izlenmekte, yabancı ülkelerde faaliyet gösteren çocuk pornosu ile ilgili sitelerin arşivlerinden download edilmek suretiyle çocuk pornosu ile ilgili veriler (jpg – resim, video görüntüleri) ülkeye sokulmakta ve bu veriler arşivlenerek suç işlenmekte; gerçek veya tüzel şahıslar ve devlet aleyhine karşı hakaret, sövme ve tehdit suçları işlenmekte; yasadışı örgütlerin propagandaları ve yayınları yapılabilmektedir.

#### **Bilişim Suçlarının Sınıflandırılması**

Bilişim suçları alanındaki yasal düzenlemelerden hareketle ülkemizde bilişim suçları sekiz ana başlık altında gruplandırılabilir;

#### **a) Bilgisayar Sistemlerine ve Servislerine Yetkisiz Erişim**

Daha modern bir yapıya ulaşan iletişim kavramı artık bilgisayar, tablet, akıllı telefonlar vasıtasıyla yapılmakta ve çoğu insan artık önemli bilgilerini (banka, kişisel vs. bilgiler) bilgisayarlarda saklamaktadırlar. Bunlara ek olarak bir de bankaların, hastanelerin, birçok özel şirketlerin hatta ve hatta güvenlik ve istihbarat birimleri bile hizmete özel bilgilerini bu ortamda muhafaza etmektedirler.

Bu doğrultuda, kişisel bilgisayarlar ya da kurumsal bilgisayarlara yetkisiz erişim ile bilgilerin çalınması ve karşılığında tehdit ederek maddi menfaat sağlanması en sık rastlanan suç tipidir. Kişisel bilgisayarlara yetkisiz erişim ile insanların banka, kişisel vs. bilgilerine ulaşabilmekte ve insanlarımız mağdur olmaktadır.

#### **b) Bilişim Sistemleri Engelleme Bozma, Verileri Yok Etme veya Değiştirme**

Bu suç türü iki şekilde karşımıza çıkmaktadır;

1. Bilgisayar teknolojisi kullanarak sistemine sızılan bilgisayardaki bilgilerin silinmesi, yok edilmesi ve değiştirilmesi.
2. Hedef alınan sisteme uzaktan erişerek değil de bilakis fiziksel zarar vererek ya da sistem başında bulunarak bilgisayardaki bilgileri silmek, yok etmek veya değiştirerek zarar verilmesi.

Burada önemli olan mala verilen zarar değil de içindeki bilgilerdir, çünkü bilgi her zaman için çok değerlidir hele ki telafisi mümkün değilse.

#### **c) Kanunla Korunmuş Bir Yazılımın İzinsiz Kullanılması**

Telekomünikasyon araçlarını veya bilgisayarları yetkisizce kullananlar, hazırlanması yüksek meblağlar tutan gelişmiş programları şahsi işlerinde kullanmak veya diğerlerine satmak üzere çalarlar. İşletim sistemleri, Hesaplama programları, Mühendislik programları örnek yazılımlardır.

Fikir ve Sanat Eserleri Kanununda eser olarak kabul edilen bilgisayar yazılımlarının lisans haklarına aykırı olarak kullanılmasıdır. Bilgisayar yazılımları satın alınırken üzerinde gelen lisans sözleşmesine göre bir yazılımın bir adet kopyası ancak satın alan kişi tarafından yapılacağı ve bu yazılımın başka bir kişi tarafından kopyalanamayacağı ve kiralanamayacağı belirtilmektedir.

#### **d) Yasadışı Yayınlar**

Yasadışı yayınlar karşımıza 3 şekilde çıkmaktadır;

1. Anayasal düzeni ve ülke bütünlüğünü tehdit eden terör içerikli internet sayfalarıdır. Özellikle terör örgütleri tarafından hazırlanan bu sayfalarda ülke içinde yayınlamadıkları bölücü fikirlerini internet ortamında çok rahat teşhir edebilmektedirler.
2. Halkın ar ve hayâ duygularını incitecek şekilde

**Bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerle birlikte günümüzde insanlık tarihi açısından çok önemli bir devrim olarak kabul edilmenin yanında bilgisayar kavramı sadece hayatımızı kolaylaştıran bir devrim olmaktan çıkmış, suç kavramı ile birlikte anılan bir araç haline de gelmiştir**



genel ahlaka aykırı pornografik görüntüler içeren internet sayfaları da yayınlanabilmektedir. Yurtdışında suç konusu olarak genel itibariyle çocuk pornografisi üzerine yoğunlaşmıştır.

3. Kişi ve kurumlara karşı işlenen hakaret ve sövme içerikli sayfalar mevcuttur.

#### **e) Müstehcenlik - İnternette Çocuk Pornografisi**

Müstehcenlik esas olarak TCK'nin 226. maddesinde düzenlenmiştir.

Müstehcen görüntü, yazı veya sözleri içeren ürünlerin üretiminde çocukları kullanan kişi, beş yıldan on yıla kadar hapis ve beşbin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır. Bu ürünleri ülkeye sokan, çoğaltan, satışa arz eden, satan, nakleden, depolayan, ihraç eden, bulandıran ya da başkalarının kullanımına sunan kişi, iki yıldan beş yıla kadar hapis ve beşbin güne kadar adli para cezası ile cezalandırılır.

Çocuk pornografisi ülkemizde yeni bir kavram olmasına karşın gelişmiş ülkelerin üzerinde önemle durduğu özel bir suç tipi olarak karşımıza çıkmaktadır.

#### **f) Bilişim Yolu ile Nitelikli Dolandırıcılık**

Klasik olarak bildiğimiz ve karşılaştığımız dolandırıcılık suçunun bilgisayar ve iletişim ortamları üzerinden yapılıyor olmasıdır. Bilgisayar Yoluyla Dolandırıcılık en çok kredi kartlarının kullanımıyla yapılmaktadır. Bu-

nun için üretilmiş birçok "Cart Generator" programı bulunmaktadır. Bunlar sayesinde internet üzerinden alışveriş yapılırken, istenilen kredi kartı şirketi için mantıksal olarak olası kredi kartı bilgileri üretilmekte ve bu olaydan kredi kartı sahibinin haberi bile olmamaktadır.

#### **g) Bilişim Yoluyla Hakaret, Sövme ve Şantaj**

Bir kimseye onur, şeref ve saygınlığını rencide edebilecek nitelikte somut bir fiil veya olgu isnat eden ya da yakıştırmalarda bulunmak veya sövmek suretiyle bir kimsenin onur, şeref ve saygınlığına saldıran kişi, üç aydan iki yıla kadar hapis veya adli para cezası ile cezalandırılır. Mağdurun giyabında hakaretin cezalandırılabilmesi için fiilin en az üç kişiyle ihtilâl ederek işlenmesi gerekir.

Fiilin, mağduru muhatap alan sesli, yazılı veya görüntülü bir iletiyle işlenmesi hâlinde, yukarıdaki fıkrada belirtilen cezaya hükümlenir.

#### **h) Elektronik İmza Kanununa Muhalefet**

Bilişim alanında suçlar, 5237 sayılı Türk Ceza Kanununun 243-246'ncı maddelerinde ve özelde 5661 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'da düzenlenmiştir.

Bilişim suçları, 5237 sayılı Türk Ceza Kanununda şu numara ve başlıklar altında yer almaktadır;

“Kişilere karşı suçlar” kısmının dokuzuncu bölümünde “özel hayata ve hayatın gizli alanına karşı suçlar” başlığı altında m. 135 “kişisel verilerin kaydedilmesi suçu”, m. 136 “kişisel verileri hukuka aykırı olarak verme veya ele geçirme suçu”, m.138 “verileri yok etme suçu”.

“Topluma karşı suçlar” kısmının onuncu bölümünde “bilgi alanında suçlar” başlığı altında m.243 “bilgi sistemine girme suçu”, m.244/1-2 “sistemi engellenme, bozma, verileri yok etme veya değiştirme suçu”, m.244/4 “bilgi sistemi aracılığıyla hukuka aykırı yarar sağlama suçu”, m.245 “banka veya kredi kartlarının kötüye kullanılması suçu”.

Bunların yanı sıra TCK’da bilgi sistemleri aracılığıyla işlenebilecek ancak yalnızca bilgi suçu olarak nitelendirilemeyecek suç tipleri de bulunmaktadır. Bunlara örnek olarak şu suç tipleri verilebilir; “Kişilere karşı suçlar” kısmının dokuzuncu bölümünde “özel hayata ve hayatın gizli alanına karşı suçlar” başlığı altında m.132 “haberleşmenin gizliliğini ihlal suçu”, “kişilere karşı suçlar” kısmının yedinci bölümü olan “hürriyete karşı suçlar” bölümünde m.124 “haberleşmenin engellenmesi suçu”; sekizinci bölüm olan “şerefe karşı suçlar” bölümünde m.125 “hakaret suçu”; malvarlığına karşı suçlar bölümünde m.142 fkr.2 b. ‘e’ “nitelikli hırsızlık suçu”, m.158 fkr.1 b. ‘f’ “nitelikli dolandırıcılık suçu” ile “topluma karşı suçlar” kısmının yedinci bölümü olan “genel ahlaka karşı suçlar” bölümünde m.226 “müstehcenlik suçu”, m. 228 “kumar oynanması için yer ve imkan sağlanması suçu”.

### **Bilgi Alanında Suçlar Bölümünde Düzenlenen Suç Tipleri**

#### **1. Hukuka Aykırı Olarak Bilgi Sistemine Girme Suçu (m.243)**

Bilgi alanında suçlar bölümünde ilk olarak 243. maddede “bilgi sistemine girme suçu” düzenlenmiştir. TCK’da bu maddeye yer vermekle yasa koyucu “bir bilgi sisteminin bütününe veya bir kısmına, hukuka aykırı olarak girme veya orada kalmaya devam etme” eylemini suç tipi haline getirmiştir. Bu maddede yer alan suç tipiyle, Avrupa Siber Suç Sözleşmesinin 2. maddesinde öngörülen “hukuka aykırı erişim” düzenlemesine paralellik sağlanmaktadır.

#### **2. Bilgi Sisteminin İşleyişinin Engellenmesi, Bozulması, Verilerin Yok Edilmesi veya Değiştirilmesi Suçu (m.244/1-2)**

TCK’nın 244.maddesinin 1. ve 2. fıkralarında bilgi sistemine ve verilere her ne yöntemle olursa

olsun zarar verme eylemleri suç tipi olarak düzenlenmiştir. 244. maddenin 1. fıkrasında “bilgi sisteminin işleyişinin engellenmesi ve sistemin bozulması” eylemleri 2. fıkrasında ise “bilgi sistemindeki verilerin bozulması, yok edilmesi, değiştirilmesi, erişilmez kılınması, sisteme verilerin yerleştirilmesi ve verilerin başka bir yere gönderilmesi” eylemleri suç tipi haline getirilmiştir. Bu suç tipine TCK’da yer verilmeyle, Avrupa Siber Suç Sözleşmesinin 4. maddesinde öngörülen “verileri etkileme” ve 5. maddesinde öngörülen “sisteme etki” düzenlemelerine paralellik sağlanmaya çalışılmaktadır.

#### **3. Bilgi Sistemi Aracılığıyla Hukuka Aykırı Yarar Sağlama Suçu (m.244/4)**

TCK’nın 244. maddesinin 4. fıkrasında “bilgi sistemi aracılığıyla hukuka aykırı yarar sağlama suçu” düzenlenmiştir. Bu suç tipi 244. maddenin 1. ve 2. fıkralarına atıf yapılarak düzenlenmiştir, her iki fıkra birlikte okunduğunda 244. maddenin 4. fıkrasında yer alan suç tipi “bir bilgi sisteminin işleyişinin engellenmesi, bozulması, sistemin içerdiği verilerin bozulması, sisteme veri yerleştirilmesi, var olan verilerin başka yere gönderilmesi, erişilmez kılınması, değiştirilmesi ve yok edilmesi suretiyle kişinin kendisinin veya başkasının yararına haksız bir çıkar sağlanmasının başka bir suç oluşturması halinde,... cezasına hükmolünür” şeklinde olmaktadır.

#### **4. Banka veya Kredi Kartlarının Kötüye Kullanılması Suçu (m.245)**

TCK ile bilgi suçları açısından getirilen önemli ve olumlu değişikliklerden birisi de, yasanın 245. maddesinde “banka veya kredi kartlarının kötüye

**TCK’da bilgi sistemleri aracılığıyla işlenebilecek ancak yalnızca bilgi suçu olarak nitelendirilemeyecek suç tipleri de bulunmaktadır**

kullanılması” eylemlerinin ayrı bir maddede suç tipi olarak düzenlenmesidir. Bu maddeyle söz konusu kartların haksız, hukuka aykırı olarak kullanılması yoluyla bankaların ve kart sahiplerinin zarara sokulması ve bu suretle hukuka aykırı yarar sağlanması önlenmek istenmektedir.

### **Özel Hayata ve Hayatın Gizli Alanına Karşı Suçlar Bölümünde Düzenlenen Suç Tipleri;**

#### **1. Kişisel Verilerin Kaydedilmesi Suçu (m.135)**

TCK'nın 135. maddesinin 1. fıkrasıyla, hukuka aykırı olarak kişisel verilerin kaydedilmesi eylemi, aynı maddenin 2. fıkrasıyla ise kişilerin siyasal, felsefi ve dinsel görüşlerinin, ırksal kökenlerinin, sendikal bağlantılarının, cinsel yaşamlarının ve sağlık durumlarının kişisel veri olarak yerleştirilmesi eylemleri suç tipi olarak düzenlenmiştir.

**Gelişen bilişim teknolojisiyle birlikte ülkemizde ve dünyada çok sık karşılaşılan ve aynı zamanda kişilik haklarına bir saldırı niteliği de taşıyan eylem türü, kişilerin rızaları olmaksızın kişisel verilerinin bilişim sistemlerine yerleştirilmesidir**

Gelişen bilişim teknolojisiyle birlikte ülkemizde ve dünyada çok sık karşılaşılan ve aynı zamanda kişilik haklarına bir saldırı niteliği de taşıyan eylem türü, kişilerin rızaları olmaksızın kişisel verilerinin bilişim sistemlerine yerleştirilmesidir. Özellikle hastanelerin hastalarıyla ilgili, finans kurumlarının ve sigorta şirketlerinin müşterilerinin kredi olanağı ve ödeme gücüyle ilgili, ticari şirketlerin ise rek-

lam ve pazarlama amacıyla bu tür verileri toplayıp kullandığı bilinmektedir.

İşte bu tür bilgilerin sanal ortama veri olarak aktarılması ve bu yapılırken bu verilerin ilgisinin izninin alınmaması inceleme konusu maddeyle suç tipi haline getirilmiştir. Böylelikle Avrupa Konseyi'nin ürettiği belgelerden olan ve Türkiye'nin de usulüne uygun onayla tarafı olduğu “Kişisel Nitelikteki Verilerin Otomatik İşleme

Tabi Tutulması Karşısında Şahısların Korunmasına Dair Sözleşme”nin ilgili düzenlemeleri ülkemiz hukuku açısından geçerlilik alanı bulmuş durumdadır.

#### **2. Kişisel Verileri Hukuka Aykırı Olarak Verme veya Ele Geçirme Suçu (m.136)**

TCK'nın 136. maddesiyle ise, kişisel verilerin hukuka aykırı olarak bir başkasına verilmesi, yayılması veya ele geçirilmesi eylemleri bağımsız bir suç tipi olarak düzenlenmektedir. Bu düzenleme özellikle gelişmiş ülkelerde çok sık karşılaşılan ve en fazla sayıda işlenen bilişim suçu olduğu ifade edilen kimlik hırsızlığı eylemlerine karşı, bu tür eylemlerin yaptırımsız kalmaması amacıyla düzenlenmiştir.

Günümüzde hemen tüm kişisel bilgiler ve kimlik bilgileri özellikle internette bulunmaktadır; bu bilgilerin hukuka aykırı olarak üçüncü kişilere verilmesi, yayılması ya da bu verilerin üçüncü kişiler tarafından ele geçirilmesinin suç tipi olarak düzenlenmesi yerinde bir düzenlemedir.

#### **3. Verilerin Yok Edilmemesi Suçu (m.138)**

TCK'nın 138. maddesiyle de, yasal süresi dolmasına rağmen kişisel verileri sistem içinden yok etmekle görevli olan kişilerin bu görevlerini yerine getirmemeleri durumu suç haline getirilmektedir. TCK'da yer verilen bu suç tipiyle hukuka uygun olarak sistemde bulunan kişisel verilerin sürekli olarak bu sistemlerde bulunması ve böylelikle her an ulaşılabilirliğinin sağlanmasının önüne geçilerek, verileri sistemden çıkarmayanlara yani bu konudaki görevlerini ihmal edenlere yaptırım öngörülmektedir.

Bu verilerin yok edilmesini hem birey hem de devlet ister. Çünkü vatandaşları hakkında sürekli bilgi toplayan ve bunları kaydeden kısacası vatandaşlarını fişleyen bir devlet asla çoğulcu, özgürlükçü ve demokratik bir devlet olamaz ve vatandaşlarını da bu çağdaş ilkelere bağlı bir toplum haline getiremez. İşte söz konusu bu suç tipiyle bunun önüne geçilmek istenmektedir.

# Siber Suçlar: Ortam Sanal Olsa Da İşlenen Suç Gerçektir

Modern dünya giderek artan bir şekilde hayatımızı sanal bir platforma taşımakta ve bu sürecin ne şekilde ilerleyeceğine dair öngörüler en az hayal dünyamızın çeperleri kadar genişlik ve çeşitlilik arz etmektedir. Sanal dünya, bir taraftan bizlere bu güne kadar hiç sahip olmadığımız derecede geniş bir özgürlük alanının tadını çıkarma fırsatı verirken, diğer taraftan birçok sosyal problemi de beraberinde getirmektedir. Söz konusu sosyal problemlerin belki de en önde geleni, kadimden beri bireysel ve toplumsal bir aykırılık olarak kabul edilen suç olgusunun sanal ortamlarda çok daha kolay, yaygın ve hızlı bir şekilde yer bulabilmesidir. Tüm bu gelişmelerin doğal bir sonucu olarak, bu güne kadar alışageldiğimiz suç ve suçlu tipolojisi giderek farklılaşmakta, suç ve suçlu ile mücadele etmede kullanılan geleneksel polisiye yöntemlerin yetersiz kalma ihtimali gibi ciddi bir güvenlik sorunu karşımıza çıkmaktadır. Bu makalede, sınırları son derece geniş olan sanal dünyadaki suç olgusunu, konuyla ilgili çok sınırlı olsa da yurtdışından da örnekler vererek değerlendirmeye çalışacağım. Böylesine geniş çerçeveli bir sorunun, bu kadar dar bir alanda tüm yönleriyle ve detaylı bir şekilde ele alınabilmesinin mümkün olmadığını ve burada belirtilen konuların sadece konu hakkında genel bir fikir verme amaçlı olduğunu özellikle belirtmek istiyorum.

Sanal dünyanın birey açısından en riskli yönlerinden biri, sanal olduğunu düşündüğünüz şeylerin

birden bire ve tehlikeli gerçekler şeklinde karşınıza çıkma olasılığıdır. Bu hem sanal dünyadaki suç potansiyelinin mağduru olma açısından ve hem de bazen farkında bile olmadan bu tür eylemlerin faili olabilme gerçeği açısından böyledir. Örneğin siz bir üniversite öğrencisisiniz. Arkadaşlarınızdan biri okul ve öğrencilerle ilgili yorumlar yapabileceğiniz sosyal içerikli bir web sayfası hazırlıyor. Belki de sanal bir perdenin arkasında olmanın verdiği aldatıcı bir rahatlık hissi ile siz bu sayfaya bir başka öğrenci hakkında hakaret içerikli yorumlar yapıyorsunuz. Öğrencinin sizi dava etmesi durumunda; başlangıçta sanal bir eylem olarak ciddiye almadığınız bu hareketinizin çok ciddi yasal sonuçlar doğurması mümkün olabilir.

**Sanal dünyanın birey açısından en riskli yönlerinden biri, sanal olduğunu düşündüğünüz şeylerin birden bire ve tehlikeli gerçekler şeklinde karşınıza çıkma olasılığıdır**





mektedir. Buna benzer olarak, kaynağından emin olmadığınız bir elektronik mesajı (spam) açmak, aslında kim olduğunu bilmediğiniz birine kapıyı açmak kadar hayati sonuçlar doğuran bir yanlış olabilir.

Siber suçlar; AET Uzmanlar Komisyonu'nun Mayıs 1983 yılında Paris Toplantısında "Bilgileri otomatik işleme tabi tutan veya verilerin nakline yaran bir sistemde gayri kanuni, gayri ahlaki ve yetki dışı gerçekleştirilen her türlü davranış..." olarak tanımlanmaktadır. Kanun uygulayıcılar açısından ise teorik olarak siber suçlar polisinin görev sahasına girebilecek durumları üç ana kategoride değerlendirmek mümkündür. 1) Bilgisayarlar hedef alınarak işlenen suçlar 2) Bilgisayarların suçun işlenmesi için bir araç olarak kullanıldığı suçlar 3) Bilgisayarların herhangi bir suçla ilgili delil sayılabilecek kayıtlara sahip olduğu durumlar.

Bilgisayarların hedef alındığı durumlarda failler bilgisayarın işletim sistemine yetkilendirilmeden girer, ya da dışarıdan bu sistemi bombardımana

tutar. Bu çeşit suçlar; virüsler, truva atları, ağ solucanları, mantık bombaları, bukalemunlar, gizli kapılar, veri aldatmacası, hackleme, istem dışı alınan elektronik postalar (spam) ve olta atmak (phishing) gibi başlıklar altında değerlendirilebilir. Bilgisayar sistemine yetkisiz giriş yapılması ve orada kalınması, teorik olarak mesken masuniyetine ve mahremiyetine yönelik ihlal suçlarına benzetilebilir. Yine buna benzer olarak herhangi birinin başkasına ait bir laptopu bir balyozla kırması vandalizm olarak değerlendirildiği gibi teorik açıdan bu laptoptaki verileri yok edecek ya da bozacak virüslerin oluşturularak işletim sistemine gönderilmesi de bir çeşit vandalizm olarak değerlendirilebilir. Ancak buradaki fark, ikinci senaryodaki vandalizm örneğinde kaybedilen verilerin geri kazanılmasının kırılan laptop senaryosuna göre nispeten daha kolay olmasıdır. İşte bu yüzden ki teorik açıdan her ne kadar bu iki suç birbirine benziyor gözükse de kanun koyucu ortaya çıkan mağduriyet ve bu mağduriyetin giderilmesi noktasındaki farklılığı göz önünde bu-



lundurarak kötü amaçlı yazılımları hukuki açıdan tam anlamıyla vandalizm kapsamına sokmaz.

İkinci kategorideki suçlarda bilgisayarlar hedef olmak yerine işlenen suça aracı olurlar. Bu tür siber suçlar telefonla işlenen dolandırıcılık suçlarına benzetilebilir. Dolandırıcılık bir çeşit hırsızlıktır. Bilindiği gibi hırsızlık başkasına ait bir eşyayı onun izni olmadan ve çalma niyeti ile almak ve başka bir yere götürmektir. Dolandırıcılıkta ise mağdur, suça konu malı-eşyayı isteyerek ve güvenerek dolandırıcıya verir ancak bu güven istismar edilerek söz konusu eşya geri verilmez. Bu yüzden de dolandırıcılığı hileli hırsızlık olarak değerlendirenler de vardır. Tabi ki bilgisayar aracılığı ile işlenen suçlar sadece dolandırıcılıkla sınırlı olmayıp çok çeşitlilik arz eder. Bilgisayarın suçun aracı olarak kullanıldığı suçlara bu suçların henüz yaygınlaşmaya başladığı yıllardan bir örnek vermek gerekirse, 1994 Ağustosunda Amerikan Citibank'ın online olarak dolandırılmasını örnek verebiliriz. Bazı müşterilerin bir gecede hesaplarından toplam 200 bin doların üstünde bir

meblağın eksildiğini görmeleri üzerine banka tarafından yapılan incelemede bir başka bankaya dört farklı hesaba para aktarımı yapıldığı tespit edilmiş dahası aynı ay içerisinde 20 Citibank şubesinden toplamda 10 milyon dolar usulsüz para aktarımı yapıldığı görülmüştü. Yapılan incelemelerde bu 10 milyon doların Kaliforniya, Tel Aviv, Rotterdam, Atina, Latin Amerika, Finlandiya'daki farklı hesaplara transfer edildiği belirlenmiş ve hemen uluslar arası bir soruşturma başlatılmıştı. Konu ancak bir siber hırsız tarafından Bank America'nın San Fransisco hesabına 218 bin dolarlık şüpheli bir transfer yapıldığında açıklığa kavuşturulmuş ve şüphelenilen hesabın Amerika'ya St. Petersburg'dan gelmiş olan Evgeni ve Erina Korolkov'a ait olduğu tespit edilmişti. Söz konusu hesaptan parayı çekmek istediği sırada şüphelilerden biri olan Erina tutuklanmıştı. Bu hesabı siber yollarla çaldıkları paraları aklamak için açtırmışlardı. Konuyu araştırmak için St. Petersburg'a giden dedektifler CitiBank hesaplarına St. Petersburg'daki AO Saturn adlı bir yazılım

şirketinin hesaplarından erişim sağlandığını tespit etmişler ve daha sonra daha detaylı yapılan araştırmalarda bu transferleri Vladimir Levin isimli 29 yaşındaki bir bilgisayar programcısının yaptığı tespit edilmişti. Levin dışında da konuyla ilgili birçok şüpheli, Rusya, Hollanda ve birçok farklı ülkede olmak üzere tutuklandı. Levin Amerika ve Rusya arasında suçluların iadesi anlaşması olmadığı için ilk etapta değil, ancak daha sonraları seyahat için gittiği İngiltere’de yetkililerce tutuklanabildi. Görüldüğü üzere; bu dolandırıcılık olayında siber yazılım konusunda uzman olan şüpheliler geliştirdikleri yazılımlarla bankaların bilişim sistemlerine yetkisiz erişim sağlamış ve usulsüz transferleri bu şekilde yap-

bilmişlerdir. Bu tür dolandırıcılık olaylarının artması ile bankalar siber dolandırıcılıklarla mücadelele edebilmek ve finansal güvenliklerini arttırmak için çok daha büyük yatırımlar yaparak ek tedbirler almışlardır.

Üçüncü ve son kategori bilgisayar kullanımının ve dolayısıyla bilişim ortamlarındaki bazı dijital kayıtların işlenen suçun aydınlatılmasında rol oynadığı durumları içerir. Burada suçun işlenmesinde bilgisayarın rolü önemsenmeyecek kadar küçüktür. Örnek olarak, eşini öldürmekten hüküm giyen bir kadının işlediği suç verilebilir. Bu olayda eşine yatıştırıcı veren kadın daha

sonra ona dört defa ateş ederek onu öldürüyor. Daha sonra cesedi parçalara ayırarak yakındaki körfezden denize atıyor. Soruşturmayı yürüten polisler evdeki bilgisayarda yaptıkları adli incelemeler sonucunda; arama motorlarında ‘cinayet nasıl işlenir’, ‘nasıl silah alınır’, ‘tespit edilemeyen zehirler’ gibi konularda aramalar yapıldığını, bunun dışında şüpheli kadının kocası dışında başka bir erkekle romantik içerikli bir e-posta trafiği olduğunu tespit

ediyorlar. Bu olayda cinayetin işlenmesinde kullanılan ve en önemli delil olan silah hiçbir zaman bulunamamasına rağmen, evdeki bilgisayar kayıtlarının içeriğinden yola çıkılarak şüpheli kadın kocasını öldürmekten suçlu bulunmuş ve ömür boyu hapis cezasına mahkûm edilmiştir. Bu örnek olayda olduğu gibi, günlük yaşantılarında bilgisayarları giderek daha çok kullanan günümüz insanların bilgisayarlar ve bilişim sistemleri yoluyla bıraktığı izlerin bu gün birçok olayın aydınlatılmasında çok önemli roller üstlenebileceğini rahatlıkla söyleyebiliriz.

Siber suçlarla ilgili Avrupa bağlamında yapılan ilk bağlayıcı sözleşme; 23 Kasım 2001 tarihinde Macaristan’ın Başkenti Budapeşte’de imzaya açılmış ve otuz sekizi Avrupa Konseyi üyesi ve dördü üye olmayan ülkeler olmak üzere toplam 42 ülke tarafından imzalanmıştır. Bu sözleşme bilgisayar aracılığıyla işlenen dolandırıcılık, sahtecilik, çocuk pornografisi, şiddet, telif haklarına tecavüz gibi eylemleri içeren ilk sözleşme olması bakımından önemlidir. Türkiye 10 Kasım 2010’da bu sözleşmeye imza atmıştır.

Ülkemizde siber suçlar polisinin görev alanına giren suçlar, Türk Ceza Kanunu, Banka ve Kredi Kartları Kanunu ve Elektronik İmza Kanunları’nın ilgili suçları tanımlayan maddeleri doğrultusundaki EGM genelgeleri ile düzenlenmiştir. Buna göre siber suçlar polisinin görev alanına giren suçlar sırasıyla; bilişim sistemlerine yönelik suçlar (TCK 243/1-2-3 ve TCK 244), banka veya kredi kartlarının kötüye kullanılması (TCK 245/2-3), Banka ve Kredi Kartları Kanunu kapsamında bilgi güvenliği yükümlülüğüne muhalefet (BKK 23 ve 39), elektronik imza oluşturma verilerinin izinsiz kullanımı ve sertifikalarda sahtekarlık (EİK 16 ve 17), bilişim ve banka sistemleri aracılığı ile dolandırıcılık ve hırsızlık (TCK 158/1 ve 142/2), kumar oynatma ve oynanmasına imkan sağlama (TCK 228), çocuk pornografisi (TCK 103/1 ve 226/3), haberleşmenin engellenmesi (TCK 124/1-2-3), özel hayata ve hayatın gizli alanlarına karşı suçlar (TCK 132/1-2-3, 133/1-2-3, 134/1-2, 135/1-2 ve 136), ekonomi sanayi ve ticarete ilişkin suçlar (TCK 239/1-2) ve son olarak bilişim sistemleri kullanmak suretiyle devlet sırlarına karşı suçlar (TCK 326/1, 327, 329, 330, 333, 334, 335, 336 ve 337) şeklinde belirlenmiştir. Bunların dışında siber suçlar polisi, KOM, TEM, Asayiş ve Güvenlik Şube gibi birimlerin görev alanına giren suçların soruşturması sırasında karşılaştıkları dijital veri ve delillerin adli inceleme ve

**Ülkemizde her geçen gün internet kullanım oranı arttığından bununla doğru orantılı olarak günlük yaşantımızda siber suç ve siber suçlularla karşılaşma olasılığımız da giderek artmaktadır.**

değerlendirilmesinin yapılması konusunda da (adli bilişim hizmetleri) adı geçen bu birimlere destek vermekle görevlendirilmiştir.

Ülkemizde her geçen gün internet kullanım oranı arttığından bununla doğru orantılı olarak günlük yaşamımızda siber suç ve siber suçlularla karşılaşma olasılığımız da giderek artmaktadır. Çok kısa ve yaşanmış iki olaydan bahsederek bu yolla gerçekleştirilen bazı eylemlerin nasıl hayati sonuçlar doğurabileceğine iki örnek vermek istiyorum.

Birinci olayda; bir üniversite öğrencisi kendisine ilgi duyan ve arkadaşlık teklif eden bir erkek arkadaşının bu teklifini reddediyor. Bunun üzerine o olduğunu tahmin ettiği erkek arkadaşı kendisinin facebook hesabında kullandığı kendisine ait fotoğrafla sahte (fake) bir facebook hesabı açıyor. Bu sahte hesabı gerçek izlenimini vermek için yine kendisine ait bazı fotoğraflarla daha görsel hale getiriyor. Bu arada belirli bir süre bazı arkadaşları ile kendisiymiş gibi sohbet ediyor. Bir süre sonra sahte hesabı açan şahıs bu hesaba cinsel içerikli resim ve videolar yükleyerek kendi cep numarasını yazarak para karşılığı cinsel ilişkiye girebileceği şeklinde yazılar yazıyor. Konuyla ilgili mağdur olan bayanın beyanına göre bu telefon numarasının sahte hesapta verilmesinin hemen ardından onlarca kişi kendisini cepten arayarak ilişki teklifini kabul ettiklerini ve buluşmak istediklerini söylüyorlar. Bunun üzerine soluğu siber suçlar şubesinde alan mağdur bayan öğrenci gözyaşları içinde 'ne yapacağını şaşırıldığını, çok mağdur olduğunu ve ailesinin bu konuyu duyması durumunda bu durumu asla kaldıramayacağını' söyleyerek şüphelendiği şahıstan davacı oluyor.

İkinci olayda ise sahte hesap açan bir şahıs hedef aldığı bir başka şahsa her türlü hakaretler ve küfürler ederek onu çileden çıkarıyor. Daha sonra hedefteki şahıs şüpheli şahsa 'sen kimsin kardeşim erkeksen adını, adresini söyle de sana haddini bildireyim' diyor. Bunun üzerine sahte hesabı açan şahıs olayla hiç alakası olmayan bir kasabın adını ve dükkânını yazarak 'seni dükkânda bekliyorum erkeksen gelirsin' diyerek daha da tahrik ediyor. Konuşmalardan tam anlamıyla tahrik olan şahıs olayla hiç alakası olmayan kasabın dükkânına giderek ona saldırıyor. Olaydan hiçbir bilgisi olmayan kasap, o şahsın kendisi olmadığını zar zor anlatıyor ve olay büyümeden kapanıyor. Ancak buna benzer bir durumla birkaç kez daha karşılaşan kasap; kendisiyle husumeti olan birilerinin özellikle bunları yaptığını ve birilerine sahte hesaplar üzerinden

kendi yapmış gibi hakaretler ederek kendisini hedef göstermeye çalıştığını düşünerek siber suçlar polisine şüpheliler hakkında suç duyurusunda bulunuyor.

Yukarıdaki iki kısa örnekten de anlaşılacağı üzere, sahte hesaplar açarak bazı kişileri hedef gösterme gibi çok basit gibi gözükken olaylar bile hayati sonuçlar doğurabilecek potansiyele sahiptir. Günümüzde en çok kullanılan sosyal platformlardan olan facebook ve twitter üzerinden işlenebilecek bu tür suçlarla mücadele etmede ulusal polisin belirli sebeplerden dolayı kısıtlı imkânlarla sahip olduğunu belirtmekte fayda vardır. Aslında uluslar arası tam bir siber işbirliğinden bahsedebilseydik bilgisayar ve internet yoluyla işlenen suçların faillerinin yakalanması çok daha hızlı ve kolay olurdu. Ancak böylesi bir işbirliğinin hem ticari hem de siyasi nedenlerden dolayı kesinlikle arzu edilen düzeyde olmadığı söylenebilir. Bu yüzden vatandaşlarımızın bazen 'nasıl yani şimdi bana tüm bunları yapan' ya da 'beni dolandıran bu şahısları tespit edemeyecek miyiz?' şeklindeki serzenişlerini duymak çok normaldir.

Bu konularla ilgili Facebook yetkilileri ile 2011'de yapılan işbirliği görüşmelerinde kullanıcılara ait IP bilgilerinin ancak intihar, cinayet ve çocuk pornografisi gibi suçlarda temin edeceklerini bunun dışında kalan suç veya hukuka aykırı fiiller nedeniyle IP bilgilerini paylaşmalarının mümkün olmadığını bildirmişlerdir. Twitter Inc. şirketi ise twitter üzerinden işlendiği iddia edilen suç ya da hukuka aykırı fiiller için kendisine yöneltilen taleplere sadece ABD'de California eyalet yasaları doğrultusunda San Francisco Mahkeme kararlarının uygunluğuna göre cevap vermektedir. Twitter yetkilileri de resmi sitelerinde bu prosedürün istisnasının, ancak bir kişinin ölümü ya da yaralanması gibi

**Aslında uluslar arası tam bir siber işbirliğinden bahsedebilseydik bilgisayar ve internet yoluyla işlenen suçların faillerinin yakalanması çok daha hızlı ve kolay olurdu. Ancak böylesi bir işbirliğinin hem ticari hem de siyasi nedenlerden dolayı kesinlikle arzu edilen düzeyde olmadığı söylenebilir**



durumlar olabileceğini belirtmektedirler. Bu; ölüm ve yaralama dışındaki tüm suçlar için ancak istinabe yoluyla Amerikan mahkemelerinden çıkarttırılacak kararlar ile kullanıcı bilgilerinin paylaşılmasının söz konusu olabileceği anlamına gelmektedir. Uluslararası mahkemelerle istinabe yaparak bir suç soruşturması yürütmenin, hem ekonomik maliyet, hem zaman ve hem de iki ülkenin kanunları arasındaki farklar gibi çok boyutlu zorlukları vardır. Bunlara ilaveten ilgili firmalardan alınacak IP ya da kimlik bilgilerinin mutlak surette sizi şüpheliye götürmeyebileceği gerçeğini de unutmamak gerekir. Tüm bu nedenler birçok savcının siber suçların soruşturulması ile ilgili uluslararası düzeyde daha ileri adımlar atma noktasında isteksiz davranmasına neden olmaktadır. Siber suçların soruşturulmasındaki en büyük sorunlardan biri kanımca bu noktadır.

Sanal dünya söz konusu olduğunda önem arzeden bir diğer sosyal sorun, özel hayatın gizliliği ile güvenlik ihtiyacı arasındaki çatışmadır. Toplum olarak güvenlik güçlerimizin bizi suç ve suçlulara karşı

azami derecede korumak için bilgi toplamasını normal karşılarız. Ancak bununla birlikte bu bilgi toplama faaliyetinin belirli bir sınırı olması gerektiğine de inanırız. Bu noktada özel hayatımızın gizliliğinin keyfi uygulamalarla ihlal edilmemesi bireylerin birinci ve en önemli hassasiyetidir. İnternette gezinti yaptığımızda alışveriş yapmaktan tutun sosyal platformlarda görüş paylaşmaya, nerede olduğumuz, neler yaptığımız ve ne şekilde düşündüğümüze kadar izler bırakırız. Hatta o kadar ki artık elektronik ortamlarda gerçek ortamlarda olduğundan çok daha fazla görünür olduğumuz söylenebilir. Tüm bunları yaparken çoğu zaman belirli bir gizlilik içinde yaptığımızı düşünsek de aslında meselenin hiç de öyle olmadığı söylenebilir.

Ülkemizde bu konular halen tartışılmakta ve toplumsal düzeyde olgunlaştırılmaya çalışılmaktadır. Bu noktada farklı bir perspektif sağlaması açısından ABD yasalarına ve yüksek mahkeme kararlarına göre sanal dünyada özel hayatın gizliliğine yönelik bazı mahkeme kararlarından bahsetmek

yerinde olacaktır. Amerikan Anayasa'sının 4. Ek Maddesi kişilerin kendi bedenlerinin, mülkiyet, belge ve eşyalarının makul olmayan sebeplerle aranması ve bunlara el koyulmasını yasaklamaktadır. Kolluğun bireylere ait gizli bilgileri hakkında bilgi toplaması ve bunları kayıt altına alarak depolaması gibi işlemler de anayasal olarak genellikle bu madde kapsamında ele alınmaktadır. Örneğin, şahıslara ait e-postalarla ilgili kolluk tarafından mahkeme kararı olmadan tespit yapılarak e-posta içeriklerine müdahale edilebilir mi gibi konular, Amerikan anayasasının bu maddesi doğrultusunda değerlendirilir.

Amerikan yüksek mahkemesi telefon ve sanal iletişimin içeriğinin tespiti ile ilgili içtihatlarını belirlerken daha çok mektup ile kartpostal arasındaki farka vurgu yapmaktadır. Buna göre mektup yazan bir kişi onu bir zarf içine kapatarak ve mühürleyerek içerisindeki bilginin kendisi ve alıcısıyla arasındaki özel bir bilgi olduğu mesajını vermektedir. Bu yüzden de kişilere ait mektupların içeriğinin tespit edilmesi ancak ve ancak mahkeme kararı ile olabilmekte bunun dışındaki uygulamalar Ek 4. Madde den dolayı anayasa ihlali sayılmaktadır. Ancak mektubun kimden ne zaman ve nereye, kime gönderildiği gibi konular iletişim trafiği bilgisi sayıldığından bu tür bilgiler Jackson davası kararı doğrultusunda arama kararı gerektirmeyen bilgilerdir. Yani içerik tespiti ancak mahkemeden alınacak bir karar ile mümkünken, trafik bilgisini kolluk böyle bir karar almadan da elde edebilmektedir. Benzer yaklaşım ülkemizdeki iletişimin tespiti, dinlenmesi ve kayda alınmasını düzenleyen kanunlarda da görülebilmektedir. Buna göre; telefon dinleme yani iletişimin içeriğinin tespit edilmesi ancak katalog suçlar hakkında ve hâkim kararı ile mümkün iken, her türlü suç için telefon trafik bilgileri yani, kim kimi hangi tarih ve saatte, nereden aramış ve ne kadar süre görüşmüş gibi bilgiler savcılıkça mahkeme kararı olmaksızın elde edilebilmektedir. Yine buna benzer olarak Amerikan yasalarına göre üçüncü şahıslara karşı herhangi bir gizleme kaygısı güdülmeyen ve açık olarak gönderilen kartpostal-tebrik kartları gibi iletişimlerin içeriği ile ilgili, mahkeme kararı olmaksızın kolluk güçleri gerekli tespiti yapabilmektedirler. Buradan anlaşılacağı üzere temel nokta bireyin iletişimini yaparken belirli bir gizlilik kaygısı gütmesidir.

Telefon iletişiminin içeriği ile e-posta iletişiminin içeriği karşılaştırıldığında; kişisel mahremiyet

açısından e-postaların çok daha güvencesiz olduğu söylenebilir. Çünkü telefon konuşmalarının içeriği konuşma anında kayıt altına alınıp tespit edilebilirken e-postalar bir kere bilişim sistemine girdi mi uzun süre depolanıp kayıt altına alınarak çok daha sonraları da bu kayıtlara ulaşılabilir. Dolayısıyla bu anlamda sanal iletişimin içeriği çok daha uzun süre gizlilik ihlallerine maruz kalabilecek mahiyettedir. Buradan e-postaların gizliliği konusuna gelecek olursak; yukarıdaki mahkeme içtihatları doğrultusunda, bazı Amerikan yüksek mahkemesi üyeleri, kişisel e-postaların anayasasının Ek 4. Maddesi kapsamına girmesinin ancak kriptolu olarak gönderilmesi ile mümkün olacağını ve kriptolanmamış e-postaların kartpostal ve tebrik kartları ile aynı şekilde değerlendirilebileceğini ileri sürmüşlerdir. Bu yaklaşımı savunanlar; atılan e-postaların sadece gönderici ve alıcı arasında kalan bir iletişim olmadığı ve ilgili servis sağlayıcıların (Internet Service Provider) istedikleri iletişimin içeriğini istedikleri anda görebildikleri ve bu yüzden e-posta içeriklerinin kolluk tarafından denetlenebilmesi ve tespiti için mahkeme kararına gerek olmadığını ileri sürmektedirler. Amerikan Adalet Bakanlığı yetkilileri de benzer şekilde konuyla ilgili bir davada; kriptolanmamış e-postaların tıpkı zarf içine konmamış kartpostallar gibi başkalarının okumasına (servis sağlayıcılar) açık olduğundan mahkeme kararı olmaksızın içeriğinin tespitinin mümkün olduğu yönünde görüş bildirmiştir.

Ancak bu yaklaşıma şiddetle karşı olanlar da mevcuttur. Çünkü günümüzde güvenlik kaygıları bulunan kurumlar dışında bireyler e-postalarını kriptolama gereği duymazlar ve bu kriptolama işlemi sıradan bireylerin uğraşmak istemeyecekleri kadar karmaşık ve meşakkatli bir iştir. Dolayısıyla e-postaların kişiler tarafından kriptolanmaması gizlilik kaygısı gütmedikleri anlamına gelmez. Ayrıca birçok insan konunun teknik boyutunu uzmanlar kadar bilmediklerinden, aslında servis sağlayıcıların attıkları e-postaların içeriğine ulaşabildiği gerçeğini bile bilmemekte ve bu varsayım ile hareket etmektedirler. Yani aslında kriptolama gereği duymasa da birçok insan gizlilik kaygısıyla ve öyle olduğu varsayımıyla bu e-postaları atmaktadırlar. Dolayısıyla birçok insan açısından bu e-postaların zarf içine konmuş ve mühürlenerek gönderilmiş mektuplardan farkı yoktur. İşte bu yüzden ki önemli bir kesim de e-postaların içeriğine müdahalenin ancak ve ancak mahkeme kararı ile olması gerektiğini ileri

sürerler. Amerikan Kongresi; yüksek mahkemenin Katz davasında aldığı karar doğrultusunda, 1968 yılında telefon konuşmalarının içeriğinin tespiti için mutlaka mahkeme kararı alınması gerektiği yolunda yasal düzenlemeler yapmış ve yine 1986 yılında bu yasal düzenlemelerin kapsam alanını e-postaları da içine alacak şekilde genişletmiştir. Ancak bu karar; yüksek mahkeme kararı değil de sadece Kongre kararı olduğu için, Amerikan hukuku açısından halen e-postaların içeriğine mahkeme kararı olmaksızın müdahale edilmesine karşı tam bir anayasal güvence olduğundan bahsetmek zordur. Tüm bunlara ek olarak buraya kadar yazdıklarımızdan anlaşılacağı üzere, kamusal erişime açık

**Siber suçlar yoluyla meydana gelebilecek sosyal sorunların önüne geçebilmenin yanı sıra, geleceğin dünyasında devlet olarak siber saldırılara hazırlıklı olma ve milli güvenliği ilgilendiren konularda siber suçla mücadele kabiliyeti gibi konuların kıymetini ise elbetteki salt ekonomik ölçülerle ifade etmek mümkün değildir**

paylaşımlar ya da web siteleri içeriğinin tespiti için hiçbir şekilde mahkeme kararı gerekmemektedir.

Yukarıda genel olarak değinmeye çalıştığımız gibi, bazı suçların kişilerin sanal ortamlarda bıraktığı izlerden yola çıkılarak önlenmesi ya da tespit edilmesi konusu, karmaşık ilişkilere sahip organize örgütler düşünüldüğünde elbetteki çok daha fazla önem arz etmektedir. Dolayısıyla bu tür adli bilişim faaliyetlerini yürütecek polislerin yetkililerin konularında uzman olması son derece önem arz etmektedir. Örneğin adli inceleme için suç mahallinden alınan bilgisayarların tam ko-

ruma altına alınması sağlanmaz, bu delillere ilk müdahalenin sadece uzman görevlilerce yapılması sağlanmaz veya bu delillere daha sonra yetkisiz erişimler yapılması ihtimalinin önünde çok güçlü tedbirler alınmazsa bu şekilde elde edilen delillerin güvenilirliği ile ilgili şüpheler her zaman gündeme getirilebilecektir. Dolayısıyla milyonlarca liraya mal olan ve bitirilmesi bazen yıllar süren davaların bu noktalardaki güvensizlikler ya da hatalar sebebiyle

töhmetsiz kalması çok daha büyük ekonomik ve sosyal maliyetleri beraberinde getirebilecektir.

Yukarıda sayılan tüm bu sebeplerle, bu konularda yetiştirilecek personelin çok iyi eğitim almasının yanı sıra aldıkları bu eğitimin belirli ve makul periyotlarla güncellenmesi gibi kaçınılmaz bir zorunluluk vardır. Çünkü tüm bilişim sistemleri açısından gerek yazılım gerek donanım anlamında yeni sürümlerin piyasaya çıkması ile eski versiyonlarla çalışılması ya sorunlar oluşturmakta ya da birçok durumda mümkün bile olmamaktadır. Bu yüzden bilişim alanında uzman ve bilgilerini sürekli güncelleyen siber polisler sahip olmak çok önemlidir. Tabii ki bunun için sürekli ve sistemli kurumsal bir çabanın gerektiğini de vurgulamak gerekir. Ancak tüm bunların yapılmaması durumunda ortaya çıkabilecek zararlar düşünüldüğünde bu tür yatırımların çok büyük kamusal faydalar sağlayacağı da rahatlıkla söylenebilir. Siber suçlar yoluyla meydana gelebilecek sosyal sorunların önüne geçebilmenin yanı sıra, geleceğin dünyasında devlet olarak siber saldırılara hazırlıklı olma ve milli güvenliği ilgilendiren konularda siber suçla mücadele kabiliyeti gibi konuların kıymetini ise elbetteki salt ekonomik ölçülerle ifade etmek mümkün değildir.

#### YARARLANILAN KAYNAKLAR:

- Brenner, S. W. (2010) "Criminal Threats from Cyberspace", Praeger, Oxford, London.
- Gözüşirin, M. (2011) "5237 Sayılı Türk Ceza Kanununda Bilişim Suçları ile Mücadeleye İlişkin Model Önerisi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara
- İlbaş, Ç. (2009) "Bilişim Suçlarının Sosyo-kültürel Seviyelere Göre Algı Analizi, Yüksek Lisans Tezi, Ankar.
- Nacar, F. B. (2010) "Avrupa Birliği Ülkeleri ve Türkiye'de Bilişim suçlarının Ceza Hukukundaki Uygulamaları, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

# Sosyal Medya ve Gerçeklik

Sosyal Medya icat olunmadan önce dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen bir olayın dünyada yankı bulabilmesi için, mutlaka geleneksel medyanın konuya yer vermesi ve gündemde tutmasına gerek vardı. Bu yer veriş de çoğu zaman dünyadaki baskın ideolojilerin bakış açısına göre kurgulanırdı. Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda artık insanlar kendi kitle iletişim araçlarına sahipler. Kendi gündemlerini kendileri oluşturmaya başladılar.

Sosyal medya araçları denilince ilk akla gelenlerin başında Facebook yer almakta. Mark Zuckerberg isimli Harvard'lı bir üniversite öğrencisi, sanal okul yıllığı mantığıyla bir site yaptı ve bu site dünyada en çok kullanılan sosyal medya mecrası haline geldi. İkinci sosyal medya fenomeni Twitter ise, kullanıcıların mobil alışkanlıklarına hitap ederek onların söylemek istediklerini 140 karakterle anlatmalarını sağlıyordu. Twitter, olay gerçekleşirken, mevcut durumun içinden çıkmadan ve çok zaman harcamadan, haberi takipçilerine ve bütün dünyaya verebilen bir iletim mecrası oldu.

Televizyon haberlerinin canlı bağlantılarında sık sık duymaya başladığımız 3G teknolojisi bu mecra-ya adapte edilince artık olayı canlı canlı sunmanın da yolu açılmış oldu. Twitter zamanla günlük hayat-

taki ben nerdeyim, ne yapıyorum?'u takipçisine duyurmanın yanında politik aktiviteleri de kapsamaya başladı. Kendinden önceki sosyal medya araçlarının aksine, Twitter sokaklardaki siyasal eylemlerin içinden mesajları, sokağın sesini, sıcaklığı sıcaklığına mobil araçlar vasıtasıyla kullanıcılarına duyurabilmektedir.

Kitle iletişim araştırmalarında kitle iletişim araçlarının etkisini azaltan kamuoyu önderleri sosyal medyanın bulunduğu bu anında yayınlardan dolayı devre dışı kalmakta ve haberler herhangi bir süzgeçten geçmeden kit-leye ulaşmaktadır. Dış dünyaya ilişkin; 2009'da İran devlet başkanlığı seçimlerinde hile iddiaları ve muhalefete yapılan baskılar, 2011'de Tahrir

**Yeni iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda artık insanlar kendi kitle iletişim araçlarına sahipler. Kendi gündemlerini kendileri oluşturmaya başladılar**





Meydanı'nı 50.000 kişinin işgal etmesi, Suriye'deki olayların dünyaya duyurulması, Ukrayna'daki gezi benzeri protestolar ve cumhurbaşkanının ülkeyi terk etmesi twitter için güzel örneklerdir. Türkiye'de Van depremi ve Onur air krizi, 2013 yılında meydana gelen gezi olayları ve 17 Aralık operasyonu twitteri sosyal medyanın zirvesine taşıdı. Bu olaylarda konvansiyonel medyada yer alamayan ne varsa twitter üzerinden paylaşıldı, büyük paralar ödenerek elde edilebilecek fotoğraf ve videolar kolayca paylaşıldı. Arap Baharı ile diğer sosyal medya araçlarından ayrılan Twitter, Facebook'un kişisel alanı kamusal alanla birleştirerek toplumsal sosyalleşmede elde ettiği önemli başarıyı, politik alanı sanal alemin imkanlarından faydalanıp kamusal alanla buluşturarak başardı.

Sosyal medyada twitter ve facebookun yanında diğer sosyal medya araçlarını da şu şekilde devam ettirebiliriz: Cumhurbaşkanımızın etkin kullandığı Instagram, MySpace, LinkedIn, Friendster, Hi5,

Friendfeed, Formspringa, Xing gibi sosyal ağlar, Şirket blogları, Cnet, TheHuffington Post, BoingBoing, Techcrunch, Kottke gibi bloglar, Youtube, Dailymotion, Google Videos, Yahoo Video, It's on gibi Video paylaşım ağları, 1x, Flickr, Deviantart, Photosig, Fotocommunity, Photo, Photodom gibi fotoğraf paylaşım ağları, Wikipedia, Intelipedia gibi Wiki tarzı bilgi paylaşım ağları gibi sitelerdir.

### **Sosyal Medya Ne kadar Güvenilir?**

Sosyal medya araçları farklı ihtiyaçlar ve teknolojiler sonucu ortaya çıkmıştır. Bu sebeple gördüğü işlevler ve seslendiği kitlelerin dağılımı birbirinden farklılaşmaktadır. Yani tek ve homojen bir sosyal medya yoktur, sosyal medyalar vardır ve bunların kullanıcı profilleri, demografik durumları, bakış açıları, ideolojileri farklı çeşitliliklere sahiptir. Sosyal medya kullanımında içerik ekleyen her birey eşit olduğundan demokratik açıdan uygun bir ortam olarak kabul edilebilir. Kullanıcının yarattığı içerik

halka mal olmakta, insanlar kendi hayatlarını kendi rızalarıyla ve elleriyle tüm dünyaya açmaktadır.

Yeni medya ve onun araçları, özgürlük alanları oluşturmak adına önemli olanaklar sağlamıştır. Her sosyal medya kullanıcısı kendi haberini kendisi üretebilmekte ve herhangi bir konuyla ilgili fikirlerini kendi mecrasında yayabilmektedir. Bireysel özgürlükler ve ülke demokrasisi için bulunmaz fırsatlar doğuran bu yeni medya alanı, gözüken sınırsız özgürlük ve kuralsızlıkları sebebiyle aynı zamanda doğru ile yanlışın, iyi ile kötünün, yalan ile gerçeğin ayırt edilemediği kaotik bir ortam oluşturmaktadır.

Sosyal medyanın en büyük sorunu haber gerçekliği ve bunun sonucu olarak kendisine duyulan güvendir. Sosyal medyada haberin doğruluğunu, haberin verildiği anda teyit etmemiz mümkün değildir. Bu yüzden çoğu zaman gönderilen mesajlarla kitleler yanlış yönlendirilebilmekte "at izi ile it izi" birbirine karışabilmektedir.

Geleneksel medyanın doğuşu, insanoğlunun çevresine uyum ve sosyalleşmek amacıyla kendi aralarında oluşturduğu haberleşme sistemiyle başlamıştır. Gazetelerin ilk muhabirleri, hayatlarını başka mesleki işlerle kazanan ancak mesleklerinin getirdiği olanaklar sayesinde haberlere ulaşan kişilerdi. İlk gazetecilik faaliyetini yürütenler; postacı, tüccar veya gezgin gibi meslekleri gazetecilik olmayan amatörlerden oluşuyordu ve bu gazeteciler haberleri en yakın sosyal ortamlarda kahvehane, birahane gibi yerlerde yayıyorlardı. Bunlar amatördü çünkü gazeteciliği meslek olarak yapmıyorlar ve meslek ilkelerine uyma zorunlulukları da yoktu. Çoğu zaman getirmiş oldukları haberler dedikodudan ibaretti. Daha sonra toplum ihtiyaçları doğrultusunda haberler para ile alınır satılır bir metaya dönüştü. Artık gazeteler yazılmış, çoğaltılmış haber sayfaları haline getirilmişti. Dedikodudan gazeteye geçiş aşamasında bile, haber ve bilgiye sahip olan ve yaygınlaştıran bu amatör gazeteciler, o dönemde toplumunun haber ihtiyacını karşılarken aynı zamanda kamuoyu gündemini oluşturmakta hatta halkın biçimlendirilmesinde önemli rol oynamışlardı.

Gazetecilik sanayi devrimi sonrasında amatörükten yerini profesyonelliğe bırakırken, sosyal medyanın gündelik hayatımıza girmesiyle birlikte amatörük yeniden görünür hale gelmiştir. Ancak

yirmi birinci yüzyıl amatörleri; onyedinci yüzyılın amatörlerinden farklı olarak, yeni medyanın büyümesine ve gelişmesine katkıda bulunarak kontrol ve etki sahibi olmaktadır. Artık vatandaş gazeteciliğinden bahsedilmektedir. Sosyal medya her geçen gün toplumun haberleşmesinde ve sosyalleşmesinde önemli yer alırken sağladığı kolaylıklar ve özgürlüklerin yanında sorunları da beraberinde getirmiştir. Sosyal medya kullanıcılarının sıklıkla rastladığı sorunlar;

Sayısal olarak kaydedilmiş bir fotoğrafın/görüntünün uygun yazılımlar kullanılarak değiştirilip yeniden düzenlenmesi olarak açıklanan görüntü manipülasyonları bugünlerde sosyal medyanın gündemini oluşturmaktadır. Türkiye’de özellikle bugünlerin gündemini oluşturan seçim kampanyalarında, toplumun algısını yönetebilmek için siyasi partiler, miting katılımlarını yüksek gösterebilmek amacıyla miting alanında çekilen fotoğrafları görüntü işleme programlarıyla katılımcı sayısını yükseltebilmektedir. Sosyal medyanın en yoğun kullanıldığı gezi olayları sırasında da benzer yanıltmalar, klonlamalar yapılmış veya olaylarla hiç ilgisi olmayan resimler yayınlanmıştır.

Sosyal medyada haber akışı, belirsizlik ve tarafgirliğin yükseldiği dönemlerde hızlanmaktadır. Geleneksel medyada gazeteci haber yayınlamadan önce araştırmasını yapar varsa kaynağı ile buluşur, bilgiyi doğrular, haberi hazırlar ve basılmak üzere yazı işlerine verir yazı işleri haberi değerlendirip yayımlar veya yayımlamazdı. Sosyal medyada ise; mesleki etik kaygıları olmadan haber yayılımını sağlayan birçok amatör sosyal medya gazetecisi, haberin doğruluğunu kontrol etmeden, ilk yayan olma ve popüler olma isteğiyle, haberin yol açacağı sorunları hiç düşünmeden haberi yayınlan-

**Sosyal medyanın en büyük sorunu haber gerçekliği ve bunun sonucu olarak kendisine duyulan güvendir. Sosyal medyada haberin doğruluğunu, haberin verildiği anda teyit etmemiz mümkün değildir**



maktadır. Bu sağlıksız durum bazen yalan haberlerin dolaşıma girebilmesine ve haberlerde manipülasyonun ortaya çıkmasına neden olabilmektedir.

Sosyalleşme sitelerinde belli bir amaç için kurulan ve yakın arkadaş çevresiyle iletişime geçmek için oluşturulan sayfalar, bazı durumlarda gazetecilerin haber materyaline ulaştıkları kanallar haline gelebilmektedir. Bu durum kullanıcıların mahremiyetlerinin ihlal edilip edilmediği gibi bir tartışmayı gündeme getirmektedir. Ayrıca mesaj robotları nedeniyle anlık gönderilen binlerce mesajdan dolayı kullanıcı rahatsız edilebilmektedir. Sosyal medyada herhangi bir haber içeriğinin ya da görüntünün kopyalanması çok kolay ve kısa sürede mümkün olabilmektedir. Bunu engellemek için çeşitli programlar üretilmiş fakat dijital ortamlar çözüm yollarını da yanında sunmuştur. Haber içeriğinin izinsiz ve kaynak gösterilmeden paylaşımı sosyal medya çok sıklıkla yaşanan sorunlardandır. Bir başka sorun ise sosyal medyada reklam ile haberin ayrıştırılmamasıdır. Türkiye’de yaklaşık 30 milyondan fazla facebook, 15 milyona yakın da twitter kullanıcısı vardır. Reklam pazarına bakıldığında gün geçtikçe yeni medya ortamlarında yayınlanan reklamların payı geleneksel medyada yayınlanan reklam payına göre yükselmektedir. Sosyal medya kullanıcıları tarafından ayırt edilemeyen reklam ve haber farkı haksız rekabete neden olmakta bunun yanında

sayfa bağlantıları sebebiyle kullanıcı reklam ağlarının içinden çıkamaz hale gelmektedir. Yasal yaptırımların yetersizliği bir yana sosyal medyanın etik açıdan da tartışmalı olduğu ortadadır.

### **Sosyal Medya da Gerçek Algısı?**

Sosyal medya, geçmiş deneyimlerimizde yer almayan ve yeni iletişim teknolojilerinin bir ürünü olarak ortaya çıkmış bir iletişim mecrasıdır. Bir yönüyle post modern bir medya çünkü geleneksel medyanın yıllar boyunca geliştirdiği yöntemleri değiştirme kabiliyetine sahip. Zaman ve mekân sınırı yok. Bir haberi öğrenmek için, ne o günkü gazeteye ihtiyacınız var ne de bir radyo programını dinlemek için aynı zamanda radyo başında olmanıza gerek var. Geleneksel medya kitle haberleri sunmak için uğraş verirken artık yeni medyada bireysellik önemi. Sosyal medya belli bir merkeze bağımlı olmayan, kullanımı isteğe bağlı, katılımcı bir sisteme sahiptir.

Bu yeni medya ortamı, birbiriyle daha önce görüşmüş veya hiç görüşmemiş, kendisi gibi düşünen ya da düşünmeyen, aynı dili konuşan ya da konuşmayan, aynı kültüre sahip olan ya da olmayan ve sınırları ülke sınırları ile çizilmemiş, neredeyse dünya nüfusuyla sınırlı insanları buluşturmaktadır. Bu sosyal ortamda; gerçek kişiler gibi, çift kimlikliler, troller, yalancı hesaplar da yer almaktadır. Bütün katılımcıların ileti gönderebildiği, propaganda ya-

# GERÇEKLIK

## ÖZGÜN GERÇEKLIK

## SUNUMSAL GERÇEKLIK

## ALGISAL GERÇEKLIK

pabildiği, her şeyi konuşabildiği ve paylaşabildiği, yasakların olmadığı ya da öyle zannedildiği bu ortam gerçeklerle yalanların anlaşılacağı kaotik bir durum ortaya çıkarmaktadır.

Sosyal medya gerçek algısını da değiştirdi. Gerçek kabul ettiğiniz bir ileti rıza üreticileri ve algı yöneticileri tarafından hemen yorum yağmuruna tutulmakta, gönderilen bilgiler gerçeklikten uzaklaştırılmakta ve orijinal mesaj bambaşka mecralarda tartışılan itibarsızlaştırılmış bir gündem konusuna dönüşmektedir. Gerçek olan her şey sosyal medyada buharlaşmaktadır. Türk Dil Kurumu sözlüğünde gerçek, yalan olmayan, doğru olan şey, hakikat, yapay olmayan diye tarif edilmektedir. Gerçeklik bu şekilde tarif edildiğine göre gerçeği nasıl algılarız?

Birey gerçek denen olguyu iki şekilde algılar. Birincisi, kendisinin yaptığı yani birinci elden yaptığı gözlemler sonucunda, ikincisi ise, anlatılar veya haber duyurucuları tarafından yani medya yoluyla sunulan gerçeklik yoluyla.

Gerçekliği üç farklı boyutta inceleyebiliriz: özgün gerçeklik, sunumsal gerçeklik ve algısal gerçeklik. Özgün gerçeklik sosyal medyada anlatılan olayın hakikat olan durumudur. Yani içerisinde yazanın yorumu ve kurgusu yoktur ve bu gerçeklik olayı aktaran tarafından bilinmektedir. Sosyal medya kullanıcısı bizzat olaya şahitlik etmiş ve gözlemiştir. Yani mitinge katılmış ya da olayı görmüştür. Katılımcıdan beklenen, yorumsuz olarak elde edilen gerçekliğin sosyal medya yoluyla aktarılmasıdır. Fakat, fotoğraf ya da görüntünün çekilme biçiminden, bireyin olayın olduğu yerdeki bulunuş durumuna kadar objektiflik kaybolmaya başlar. Artık özgün gerçekliğe yorum girmiştir. Mesleki etik veya tarafsızlık gibi bir kaygıya sahip olmayan amatör bir sosyal medya kullanıcısının tek düşüncesi biran önce haberi mecrada yayınlamak ve popüler

olmaktır. Tabii sosyal medya kullanıcısı, haberi yaparken ve yayınlarken kendi deneyim alanından, kendi yaşam tecrübelerinden, yaşamış olduğu toplumun, grubun kültüründen, ön yargılarından, bilinçaltı dürtülerinden, tarafgirliğinden dolayı özgün gerçekliği bilerek ya da bilinçdışı değiştirir. Haberler artık haberi yapanın penceresinden görülmektedir. Gerçekle ilişkilidir fakat artık kurgulanmış ve yeniden şekillendirilmiştir. Tıpkı geleneksel medyada bizim haberleri, muhabirin çektiği görüntüler kadar ve medyanın haber politikasının bize verdiği bakış açısıyla görmemiz gibi. Biz buna Sunumsal Gerçeklik diyoruz. Artık okuduğumuz, dinlediğimiz veya izlediğimiz haberler gerçek değil gerçeğin kurgulanmış sunumudur.

Geleneksel medya her ne kadar haberi kendi isteği doğrultusunda sunmuş bile olsa belli kurallara uyma zorunluluğu vardır. Yazılından sorumludur ve yaptığı ile ilgili cezalandırılması söz konusudur. Hedef kitlesi de gerektiğinde gazeteyi almayarak, televizyonu izlemeyerek ve radyoyu dinlemeyerek haber sahibini sıkıntıya sokabilir. Fakat sosyal medyanın sınırsız özgürlüğünde cezalandırılma korkusu olmadığı için haberin gerçekliğinin de bir önemi yoktur.

**Haberi paylaşan, gördüğünü değil; kendi ön yargılarını, gerçeği farklı algılamasına sebep olan inançlarını, değerlerini, kültürünü paylaşmaktadır. Bu yüzden hiçbir kullanıcı, başkasının dediğine değer vermemekte, iletileri kendi görüşüne yakınlığına göre değerlendirmekte gerçeklik kavramı yerine, tarafgirlik kavramını öne çıkarmaktadır**



Gerçekliğin çilesi sadece haberin yayınlanmasıyla tamamlanmaz. Sosyal medya kullanıcısının ilettiği haber alıcının demografik özellikleri, tarafgirliği, geçmiş tecrübeleri yeniden yorumlanır. Mevlana Celaleddin-i Rûmî yüzyıllar önce bu durumu kastederek “Sen ne söylersen söyle, söylediğin, karşındakinin anladığı kadardır.” demiştir. Algısal Gerçeklik diye tarif ettiğimiz bu durum haber iletilisi tarafından aktarılan öznel gerçeklik kavramının okur tarafından yeniden şekillenmesi sürecidir. Sosyal medya kullanıcıları haberi iletenin bakış açısından etkilenecek kurgusal gerçeklik kavramına ya katılacak ve belki de kendi öznel sunumsal gerçeğini oluşturarak sosyal medyada başkalarıyla paylaşacak ya da iletinin kaynağına güvenmeyerek oluşturulan kurgusal gerçekliğe katılmayacak, paylaşmayacak ve olumsuz yorumlar yaparak haberin itibarsızlaşmasına katkı sağlayacaktır. Gezi olayları sırasında yayınlanan resimlerin paylaşılarak kamuoyu oluşturma veya olumsuz yorumlar yaparak etkisizleştirme çalışmaları buna örnek olarak verilebilir.

Sosyal medyada haberi paylaşan, gördüğünü değil; kendi ön yargılarını, gerçeği farklı algılamasına sebep olan inançlarını, değerlerini, kültürünü paylaşmaktadır. Bu yüzden hiçbir kullanıcı, başkasının dediğine değer vermemekte, iletileri kendi görüşüne yakınlığına göre değerlendirmekte gerçeklik kavramı yerine, tarafgirlik kavramını öne çıkarılmaktadır. Bu durumuyla Yeni Sosyalleşme Mecrası birleştirmekten daha ziyade insanları ayırıştırmakta, ötekileştirmektedir.

Geleneksel medyanın dünyada boy göstermeye başladığı emekleme zamanında amatör gazetecilerin haber kaynakları dedikodulara dayandırılmış ve gazetelere yıllar boyunca kitleler güvenmemişlerdi. Aynı durum günümüzde sosyal medyadaki dedikodu haberleriyle yaşanmakta. Her ne şekilde olursa olsun sosyal medya, her geçen gün önemini artırarak devam ettirmektedir. İnsanlar haberlerle ilgili ilk bilgileri bu medyadan almaktadır. Fikir hürriyeti açısından önemli katkılar sağlayacağını umduğumuz sosyal medyanın, yeni iletişim teknolojilerindeki hızlı gelişimini, gerçeklik ve güvenilirlik konusunda göstermesini bekliyoruz.

# Siyasette İnternetin Etkin Kullanımı

Bilgisayar ağlarının birbirlerine bağlanmasına dayanan, “ağların ağı” olarak nitelendirilen internetin teknolojik potansiyeli, enformasyon ve demokratikleşme arasında kurulan olumlu ilişkinin yeniden canlanmasına neden olmuştur. İnternet, erişim sağlayan herkesin kendini farklı araçlarla (e-posta, sohbet programları, forumlar, internet sitesi vb.) özgürce ifade edebileceği bir yerdir. Kişiden kişiye, kişiden gruba, gruptan gruba, gruptan kişilere doğru her yönde iletişim sağlayan, bilginin küresel çapta ve eş zamanlı olarak paylaşımına olanak veren, özel çıkar gruplarının kontrol edilemeyen bir ortam olarak sunulmaktadır. İnternette enformasyonun bolluğu, seçeneklerin fazlalığı, etkileşim imkânı “katılımcı demokrasi”, “doğrudan demokrasi”, “agora” hayallerini yeniden harekete geçirmiştir. Siber demokraside temsili demokrasinin kurumları ve işleyişi geçerliliğini yitirecek, politika katılımcılığa, şeffaflığa, eşitliğe ve özgürlüğe doğru yol alacaktır.

İnternet, coğrafi sınır ve zaman sınırlanması olmadan bu ilişkiyi kurma özelliğine sahip bir medya türüdür. Ayrıca İnternet’in sunduğu etkileşim, tıpkı telgraf, telefon, radyo ve televizyonda olduğu gibi kurulan birlik ve bağlantının iki yönlü olmasına olanak tanımaktadır. İnternet’in bu medyalardan en önemli farkı enformasyonu geniş biçimde saklama fırsatı sunması ve birlik ve bağlantıya getirdiği potansiyel anlamlardır. Telefondan farklı olarak İnternet eşzamanlı

olarak en geniş kitleye etkileşim olanağı sunabilmektir. Kullanıcılar ilişkilerini kendi istedikleri biçimde kurmaktadır. İnternet’in zamanı, tüm coğrafi ve yapay sınırları aşma kabiliyeti, onu diğer medyalarla kıyasladığında üstün kılan bir özelliktir (Sayimer, 2008: 81). İnterneti diğer iletişim araçlarından üstün kılan özellikler;

1. Web sitesi ve site ziyaretçisi arasında etkileşime olanak tanımaktadır.
2. Bu türdeki sanal ortamın yer ve zaman kısıtlaması bulunmamaktadır.
3. Dinamiktir, son değişiklikleri, bilgi güncellemesi çok az çaba ve maliyetle gerçekleştirilmektedir.
4. Çoklu medya uygulamaları için destek sağla-

**Siber demokraside temsili demokrasinin kurumları ve işleyişi geçerliliğini yitirecek, politika katılımcılığa, şeffaflığa, eşitliğe ve özgürlüğe doğru yol alacaktır**



maktadır. Resimler, metinler, sesler ve hareketli görüntülerin aktarımına olanak tanımaktadır. Kısaca gazete, televizyon, radyo ve derginin olanaklarını içinde barındırabilir. Bu sayısal araç yaratıcılığa açıktır. Ses, görüntü ve yazı sınırsız yollarla etkileşimli bir şekilde birleştirilebilir.

5. Gönderilecek bilgiyi, mesajı kişiselleştirme olanağı taşımaktadır (Odabaşı ve Oyman, 2002: 326).

Web sitelerinin kullanımının yaygınlaşması kuruluşlar açısından önem arz etmektedir. Kurumlar artık hedef kitlelerini web siteleri aracılığıyla bilgilendirmekte ve onları bu yolla kurum alanı ile ilgili davranışa yönlendirebilmektedirler. Siyasi partilerinde son yıllarda yeni iletişim teknolojilerini kullandıkları göze çarpmaktadır. Web sitesi ile vatandaşlara ulaşan siyasi partiler, partinin tüm faaliyetlerini bu yolla duyurabilmektedirler. Böylece geleneksel araçlar yoluyla yapılan propaganda faaliyetleri yeni iletişim teknolojileri ile de desteklenebilmektedir. Yeni iletişim teknolojilerinin kullanılması genç seçmenlere ulaşabilmeyi kolaylaştırmıştır.

Siyasi partilerin özellikle seçim dönemlerinde yoğun olarak kullandıkları bir araç olan internetin siyasal pazarlama bakış açısıyla kullanım nedenleri ve sunduğu avantajları aşağıdaki şekilde ifade etmek mümkündür.

- Web site dizaynı ve fonksiyonel özelliklerinde yaşanan gelişmeler partilere web üzerinden pazar araştırması yapma şansı sağlamaktadır. Bu sayede potansiyel destekçiler ve oy verecek olan kitleye ilişkin tahmini bilgilere ulaşabilmektedir.
- Web siteleri multi-medya özellikleri sayesinde, kullanıcılara başka hiçbir yerden elde edilemeyecek içerikte bilgiye erişimi sağlamaktadır.
- Web içerikleri kolayca güncellenebilir. Bu nedenle güncel ve zengin içerikli bilgiye ulaşma açısından ilk tercih haline gelebilir. Kullanıcıların geri bildirimde bulunmalarını sağlar. Geri bildirimler ise kullanıcılara, destekçilere yönelik bir veri tabanının oluşturulmasını sağlar.



- Özel ilgi gruplarına ulaşılmasını sağlar.
- İnteraktif özelliği seçmenlerin ihtiyaçlarının anlaşılmasını ve bu ihtiyaçlara yönelik düzenlemeler yapılmasını sağlar.

Günümüzde teknolojinin gelişmesi ve hayatı çok daha fazla şekillendirir bir hal alması sonucu, insanoğlu teknoloji ile yaşamaya hatta ona uyum sağlamaya başlamıştır. Ayrıca teknolojinin gelişmesi ve hayatımızın bir parçası olması siyasi tercihlere de yansımıştır. Siyasi partiler kendilerini daha iyi ifade edebilmek ve seçmene daha kolay ulaşabilmek için teknolojiyi iyi bir şekilde kullanmalıdır. Teknolojinin getirdiği belki de en büyük avantaj iletişim araçlarında görülmektedir. Giderek kitle iletişim araçlarıyla global bir köye dönüşen dünyada internetin bir kitle iletişim aracı olması sebebiyle, siyasi partiler internet üzerinden web sayfalarıyla kurumsal iletişim çerçevesinde etkilerini en üst seviyeye taşıyarak, hedef gruplar ile etkin bir iletişim kurmayı hedeflemelidir.

İletişim artık günümüz dünyasını şekillendiren en önemli kavramlardan biridir. Teknolojinin geliş-

mesi sonucu iletişim ağı genişlemiştir. Eski dönemlerde sadece yüz yüze iletişim aracılığıyla kurulan diyaloglar günümüzde çok çeşitli yollarla gerçekleşmektedir. Artık zaman veya mekâna bağlı kalınmadan kişiler iletişim kurabilmektedir. Günümüzde kitle iletişim araçları sayesinde büyük kitlelere ulaşabilmekte ve mesajlar aktarılabilir. Günümüzde bu araçlardan en etkin kullanılması gereken araç, internettir. İnterneti istenilen amaçlar doğrultusunda doğru bir şekilde kullanan kuruluşlar kendilerini çok daha hızlı ve etkili bir şekilde hedef kitleye anlatabilmektedir.

Kurumların varlıklarını sürdürebilmeleri hedef kitleleriyle sağlıklı bir iletişim kurabilmelerine bağlıdır. Hedef kitleye ulaşabilmek için kurumlar farkındalık oluşturmalıdır. Rakiplerin arasından sıyrılıp dikkat çekebilmek, iletişim amaçlarına ulaşmak ve kurumun varlığını sürdürebilmek için ise olumlu ve sürekli bir imaj oluşturmak gereği vardır. İşte bu noktada olumlu bir imaj oluşturacak yegâne araç internettir. İnternet etkin bir şekilde kullanılarak, ortak ve bütüncül bir imaj oluşturulabilir.

Günümüzde kişisel ve kurumsal web siteleri art-



maktadır. Dünyanın daha fazla web sitesine ihtiyacı vardır. Bununla birlikte web siteleri hedef kitleye ulaşmada gayet başarılıdır. İyi tasarlanmış internet siteleri, ziyaretçiler üzerinde pozitif etki yaratırken, bunun tam tersi durumunda ise negatif bir etki yaratmaktadır. Web siteleri bir nevi kişilerin ve kurumların kimliği niteliğindedir. Web siteleri, kişilerin veya kurumların dünyaya ne demek istediklerinin ve bunu nasıl ifade ettiklerinin açık bir göstergesidir.

Kurum web siteleri organizasyon içindeki en değerli araçtır. Organizasyonlar milyonlarca lira reklam promosyon ve medya araçlarına bütçe ayırmalarına rağmen web sitelerinden alınan faydayı sağlamayacaktır. Bu hususta web sayfalarının önemi çok daha fazla ortaya çıkmaktadır. Kurumların bir vitrini konumunda olan web sayfaları, kurumların vermek istedikleri mesajları ve gerçekleştirmek istedikleri etkiyi en iyi iletebilecek araçlardır.

***Kurumların bir vitrini konumunda olan web sayfaları, kurumların vermek istedikleri mesajları ve gerçekleştirmek istedikleri etkiyi en iyi iletebilecek araçlardır***

İnternetin olumsuz yönleri olumlu yönlerinin yanında çok önemli bir konumda değildir. İnsanoğlu teknolojiyi faydalı bir şekilde kullandığı sürece getirileri götürülerinden fazladır. İnsanların çok daha hızlı ve pratik şekilde işlerini göreceği ve hayatlarını çok daha kolaylaştıran bir yapıya sahip olan teknoloji, insanın gereksinimlerini karşılamak için çok önemli bir araç konumundadır. Uzağı yakın yapan bir teknolojiye sahip olan internet, bu özelliği sayesinde insanoğlunun vazgeçilmez bir nesnesi haline gelmiştir.

Kurumlar bilişim sistemiyle, internet kullanarak bilginin paylaşımı, bilginin etkin ve verimli kullanımını sağlayabilirler. Bir kurumda bilişim sistemi, etkin ve verimli bir yönetim sisteminin temelidir.

Başarı için, bilişim sisteminden faydalanılarak iyi web sitelerinin oluşturulması gerekmektedir.

Sosyal medya için şu şekilde bir tanımlama yapılabilir; Web kullanıcıların diğer kullanıcılarla ilgili bilgi toplamak ve iletişime geçmek için ziyaret ettikleri internet siteleri ve bunlara ilişkin programlar olarak nitelendirilmektedir (Gürsakaç, 2009: 16). Sosyal medya daha çok bu teknolojiyi kullanan topluluklar veya bireyler arasında sosyal etkileşimi artıran, grupların ve arkadaşlıkların oluşmasına yardımcı olan internet siteleri olarak da tanımlanabilir.

Sosyal medya gittikçe hayatımızın bir parçası olmaktadır. Başta Facebook ve Twitter olmak üzere birçok sosyal medya sitesi, kullanıcıların sevinçlerini, üzüntülerini, öfkelerini, mutluluklarını paylaştıkları yegâne araçtır. Hatta insanlar artık aileleri, yakın arkadaşları, dostlarıyla paylaşmadığı duygu ve düşünceleri sosyal medya aracılığıyla paylaşmaktadır. Bilgisayar kullanmayı az çok bilen herkes sosyal medyayı da çok etkin bir şekilde kullanabilmektedir. Birey bilgisayarı açtığında ilk başta sosyal medya sitelerini ziyaret etmekte, yapılan yorumları, paylaşılan videoları kontrol etmekte, feedback yapmakta yorumları beğenmekte, mesaj atmaktadır.

Konu internette araştırma yapmak olduğunda birçoğumuzun aklına şüphesiz “arama motorları” gelecektir. Peki, arama motorlarının sonuç bölümlerinde yüzleri, binleri, milyonları ve bazen milyarları bulan yanıtlar arasından en uygun olanların incelenerek saptanması ne denli mümkündür? Bunca cevabı taramanın zaman anlamında rasyonel olmayacağı düşünüldüğünde arama motorlarının da hızlı bilgi tedarikinde yetersiz kalabileceği rahatlıkla söylenebilir. Bu durumun bir neticesi olarak günümüzde internette “niş” bir yapılanmaya doğru ciddi bir ilerleme gözlemlenmektedir. Daha genel sonuçlar veren Google, MSN, Yahoo ya da Altavista gibi genel arama motorları yerine, sektörel veya bölgesel arama kaynaklarının ve portallarının ön plana çıktığı izlenmektedir.

İnternette bilgiye ulaşmanın en hızlı yolu genel arama motorları değildir. Bilinçli kullanılmadığı süreçlerde, asli görevi zamandan avantaj sağlamak olan internet zamanımızı genel arama motorları ve kaynakları ile harcayabilmektedir. İnternetin sınırları genişledikçe ‘niş’ bir yapılanmaya doğru daha hızlı bir ilerleme kaydedilecek, genel arama motorları yerine ihtisas motorları, sektörel motorlar ve coğrafi kaynaklar tercih edilmeye devam edile-

cektir. Yeni dönemde sadece 'en hızlı' olanlar 'en iyi' olabilmek adına bir adım atabilecek ve sadece interneti en verimli kullananlar 'en hızlı' olma yolunda ilerleyebileceklerdir (<http://www.heweso.com/>, 2014)

Sosyal bir varlık olan insan, kendi kültürünü örf ve adetlerini tanıtıp benimsetmek ister, bu sayede kendini de bir şekilde benimsetmiş olur. Sosyal medya da bunun en etkin aracı konumuna gelmiştir. Artık dünyada toplumsal hareketler bile sosyal medya aracılığıyla örgütlenerek ortak hareket edebilmektedir. Sosyal medya çok hızlı bir şekilde yayılan mesajlar ağına sahiptir, bunun sonucu olarak bir kişinin ortaya attığı fikir, idea, varsayım vb. gibi olgular çok hızlı bir şekilde yayılmakta ve benimselebilmektedir. Bu hareketler doğru bir şekilde algılanmaması durumunda, işletmelere hatta devletlere bile büyük etkisi olabilmektedir.

- Daha etkili bir web sayfası için kurumların web sayfalarında sosyal paylaşım sitelerine link verilmelidir. Bu şekilde, hedef gruplar ile bire bir bağ kurulabilir.
- Kurumlar kendi isimleri ile sosyal medya sitelerinde üyelikler oluşturmalı ve kurumun genel kimliğiyle örtüşmelidir.
- Sosyal medyada paylaşılan mesajlara çok dikkat edilmelidir. Çünkü sosyal medyadaki bir mesaj çok kısa bir sürede yayılabilmekte ve dezenformasyona neden olabilmektedir.
- Ayrıca kurumun ismi ile sosyal medyada açılmış diğer sayfalar, sosyal medya yöneticilerine ulaşılarak kapatılmalıdır. Çünkü bu araçlar aracılığıyla yayınlanan olumsuz mesajlar hedef kitleye ulaşması sonucu, kurum imajı ve kimliği açısından olumsuz bir etkiye sahip olabilir.
- Özellikle kriz durumlarında sıkıntılı bir konuma gelen sosyal medya mecraları, kontrolden çıkabilmektedir. Bunu engellemek ve zararı minimuma indirmek için kurum içerisinde, bu konuyla ilgilenen bir ekip oluşturulmalıdır. Bu ekip normal zamanlarda ise sosyal medya üzerinden proaktif halkla ilişkiler çalışması yürüterek, kurumsal iletişim bağlamında, kurumsal imajın doğru algılanmasına katkı sağlamalıdır.
- Kurumların web sayfalarında kurum içi etkinlikle-

re ve haberlere yeterince önem verilmelidir. Bu yolla kurum aidiyeti ve özümsemesi gerçekleştirilebilir. İşletmenin web sayfasında paydaşların kendi fotoğraflarını veya kendileri ile ilgili haberleri görmesi sonucu kuruma olan güven ve bağlılıkları artacaktır. Bundan dolayı işletmeler kurum içinde gerçekleşen faaliyetlerin ve etkinliklerin etkin ve hızlı bir şekilde web sayfasında, sosyal medyada, kitle iletişim araçlarında yer almasını sağlamalıdır. Ayrıca kuruluş içerisinde halkla ilişkiler birimi oluşturulmalı veya konuyla ilgili bir personel görevlendirilmelidir.

## 1.Siyasette Sosyal Medya

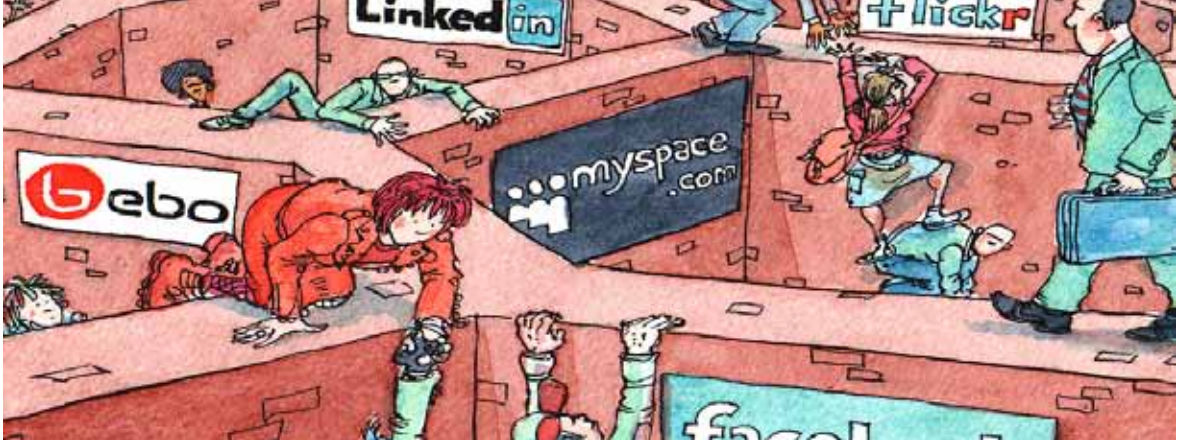
Genel olarak yapılan araştırmalarda toplumun kararlarının %55'inin internetten etkilenmediğini ve özellikle sosyal medya arkadaşlarının bir şeyler hakkındaki görüşlerinin üzerinde büyük etkisinin olduğunu ortaya koyuyor.

Mobil iletişim cihazları da bu trendi körükliyor, her gün daha fazla sayıda insan siyasi gelişimleri bu ortamdan takip ettikleri gibi konular hakkında sorularla veya yorumlara bakarak bir görüş oluşturuyor.

İkinci önemli değişim ise siyasal haberlerle ilgili olarak yaydıkları iyi veya kötü haberlerin erişebildiği insanların sayısındaki inanılmaz artış olmasıdır.

Eskiden partililer veya herhangi bir vatandaş "bir memnuniyetsiz kişi ondan fazla kişiye kötü deneyimini anlatır" derdik. Oysa bugün gelen noktada mutsuz bir partilinin veya vatandaşlardan herhangi birinin sosyal medya aracılığı ile milyonlarca insana erişmesi mümkün. Bu değişim, gittikçe kurumlara karşı daha güçlü olan bireysel kişiler ortaya çıkıyor ve pek çok bireyler partilerle eleştiri

**Artık bir siyasi kurumun sadece basın sözcüleri ve müşteri temsilcileri aracılığı ile müşterileriyle ilişki kurması da söz konusu değil. Kurumda çalışan ve bir sosyal medya hesabı olan herkes kurumunun temsilcisi durumunda olmaktadır**



ve soru yarışında beraber iletişimi götürmektedir. Düşünelim bir bakana veya milletvekiline hatta herhangi bir siyasi partiyi temsil eden yeni siyasetçi olan birine bile nasıl ulaşabiliyordu. Ya şimdi bakanların bile çoğunluğuna bu yolla ulaşabiliyor hatta randevu yoluyla bir yemek bile yiyebiliyor veya özür bile dileyebiliyor.

Öte yandan sosyal medyanın kullanıcıları, kurumlarla olan iletişimlerini hem içerik hem şekil olarak değiştiriyor. Artık kişiler, partilerin yetkili yönetici ve çalışanlarına çok daha kolay erişiyor, onlarla birebir iletişim kurabiliyor, duygu ve düşüncelerini çok daha net bir şekilde aktarabiliyorlar. Bu nedenle kurumlar çok daha şeffaf ve hesap verebilir yapılara kavuşmak zorunda kalıyorlar. Üstelik sosyal medya üzerinden kurulan bu tür iletişimler diğer insanların gözü önünde gerçekleştiğinden kurumların riskleri de artıyor.

Artık bir siyasi kurumun sadece basın sözcüleri ve müşteri temsilcileri aracılığı ile müşterileriyle ilişki kurması da söz konusu değil. Kurumda çalışan ve bir sosyal medya hesabı olan herkes kurumunun temsilcisi durumunda olmaktadır. Her ne kadar siyasetçiler bu benim kişisel sayfamdır ve söylediklerim sadece beni bağlar deseler de sonuç o şekilde hiçbir zaman gelişmez.

Bu derece şeffaflık ve hesap verebilirliğin kurumlara yarattığı yeni riskler ve fırsatlar söz konusu. Siyasi kurumlar çalışanlarına sosyal medya kullanımını yasaklasalar bu sefer vatandaşlarla derin ilişki kurma fırsatlarını kaçırmış oluyorlar. Buna karşın bu konuda geniş bir serbestinin de iletişim kazaları yaratması mümkün olmaktadır. İktidarın bazen en yetkili kişilerinin kendi bakan veya parti danışmanlarına sitemlerini hatırlayınız.

Sosyal medya, kurumlara yeni pazarlama ve yeni parti stratejileri fırsatları da sunuyor. Sosyal medya üzerinden vatandaşıyla anlamlı ilişkiler kurulan, hayran ve takipçi sayısı yüksek, vatandaşın ilgisini çeken karşılıklı iletişim fırsatları yaratan kurumlara yepyeni strateji ve pazarlama fırsatları doğuyor. Bunu beceremeyen siyasetçilerin ise işi gittikçe zorlaşıyor.

Araştırmalar insanların televizyon gibi genel iletişim araçlarına göre sosyal medyaya gittikçe daha fazla zaman ayırdığını ortaya koyuyor. Klasik siyasi mecralar ölmese bile pastadan sosyal medyanın aldığı pay gittikçe artıyor. Siyasetçiler bu yeni mecra da başarılı olmanın yollarını ve hedef kitleleri ile bugüne kadar alışkın olmadıkları iletişim şekillerini bulmak zorundalar.

## 2.Siyasetçinin Etkin Olmasının Püf Noktaları

Genellikle hangi yayına veya konuşmalara baktarsak sosyal medyanın etkin kullanımında püf noktalar olarak bu ve buna yakın önerileri göreceksinizdir. Etkin kullanmak ve gerekirse sosyal medya uzmanı kişilerle çalışmanız en doğru olanıdır. Hatta bulunduğunuz mevki buna müsait ise bir sosyal medya uzmanını yanınızda danışman olarak çalıştırınız. Çünkü son dönemlerde adam sosyal medyanın başından kalkıp işler ve güçlerle uğraşmıyor ki sürekli sosyal medya da cevap yetiştirmekle meşgul sözlerini de duyarsınız. Son seçim öncesi adayların aşırı kullananların bazılarını kazandırırken bazılarının da kaybetmesinin baş aktörü olmuştur. Demek ki etkin kullanacağım derken etkinizi kaybedebilirsiniz. Bazı püf noktalarını da şöyle sıralayabiliriz.

1- İlgî çekici olun: Sosyal medyanın belki de en önemli kuralı size cevap yazılacak ya da favori-

ler arasına alınacaksınız. Bunun için gündemi yakından takip etmelisiniz. Trend olan konular hakkında yazmak iyi bir başlangıç olabilir. Aynı zamanda esprili olmaktan korkmayın. İnsanlar sosyal medyada bir bakıma eğlence için vardır. İlgi çekici mesajlar attığınız sürece size cevap veren ve favori edenlerin sayısının arttığını göreceksiniz.

2- Takipçilerinizi ihmal etmeyin: Yazdığınız metinlere verilen cevapları es geçmeyin. Onlara siz de geri cevap verin. İnsanlar iletişime geçmeyi severler. Onlara ilgi gösterirseniz sizin sıkı takipçiniz olacaktıdır.

3- Sosyal medyada etkili olanları takip edin: Sosyal medyada ünlü kişilikleri takip etmeyi ihmal etmeyin. Özellikle siyaset liderleri ve önde gelen partilileri takip ediniz. Farklı partilerden takip etmekte faydalıdır. Son dönemlerde siyasi partilerin sosyal medya uzmanları sayesinde oluşturulan sayfalara ve onların takip ettiği sayfalara yöneliniz. Gerekirse iyi bir inceleme yaparak sıkı cevap veren siyasetçileri takip edin. Onların mesajlarına etkili cevaplar verin, hakaretten kesinlikle uzak durun. "Akıllı" cevaplarınıza günün birinde bir siyasi yetkili tarafından cevap verildiğinde takipçi sayınız artacaktır.

4- Güncel konularda sosyal mesajlar verin: Sosyal medya'da sosyal mesaj vermekten kaçınmayın. Siyasetçilerin özellikle etkili kullanma saatleri akşamdan sonra hatta geceleri kullanma saatleri vardır. Bu saatler ve gündem üzerinde mesajlar gönderiniz. Bu yüzden konuyu bildiğinizi gösteren etkili sosyal mesajlar yazmayı es geçmeyin.

5-Cevap veriniz: "Faydalı bilgiler" her zaman takip edilir. Bu yüzden son dakika haberleri, liderin mesajlarını favoriler arasına alarak yayınız ve özellikle bir yorum yapınız.

6- Eğer merak ettirici unsurlar yoksa mesaj yağmurundan kaçınınız: TV programlarında sıklıkla gördüğümüz rahatsız edici mesajlar sosyal medya için de geçerli. Olur, olmaz her şeye mesaj atmanın bedelini gereksiz olumsuz unsurlarla uğraşırırsınız..Bu yüzden eğer gerçekten faydalı bilgiler vaat etmiyorsanız beş dakikada bir mesaj atmak size fayda sağlamayacaktır.

7- Sosyal medyada önemli unsurları kullanın: sosyal medya'da özellikle bazı unsurları bilerek onları kullanırsanız size daha fazla takipçi kazandırır. Örneğin Twitter'da belli konuların kolay takip edilmesini sağlayan etiketlere hashtag denir. Genelde # işareti ile ayrıştırılır. Birçok Twitter kullanıcısının bu özelliği kullandığını unutmayın.

8- Etki edecek mesajlar yazın: Örneğin; retweet Twitter'da zincirleme etki yaratır. Adeta takipçi sayınızla retweet edilme sayınız orantılıdır. Bu yüzden değerli bilgileri yazmaktan kaçınmayın. Ayrıca 140 karakterin tamamını kullanmayın. Çünkü çoğu Twitter kullanıcısı retweet butonunu kullanmak yerine mesajın başına RT yazarak nick'inizi yazar. Bu yüzden daha kısa yazmaya özen gösterin.

9- Soru sorun, fikir alın: Sosyal medya'da vakit geçirip yeterince takipçi sayısına ulaştığınızda takipçilerinizi harekete geçirecek sorular sorun. Gelen cevapları değerlendiriniz. Siyaset gündemlerini konu edinerek basit sorularla gündemi açabilirsiniz.

10- İstikrarsız mesaj atmayın: Sosyal medya ilgi ister. Bir gün 40 mesaj atıp sonra 3-4 gün ortadan kaybolmayın. Günlük makul bir ortalama tutturun.

**Siyasetçilerin özellikle etkili kullanma saatleri akşamdan sonra hatta geceleri kullanma saatleri vardır. Bu saatler ve gündem üzerinde mesajlar gönderiniz. Bu yüzden konuyu bildiğinizi gösteren etkili sosyal mesajlar yazmayı es geçmeyin**

#### KAYNAKÇALAR

- GÜRSAKAL, Necmi (2009). Sosyal Ağ Analizi, Bursa: Dora Yayıncılık.
- ODABAŞI Yavuz, OYMAN Mine (2002), Pazarlama İletişimi Yönetimi, 8.Baskı, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- SAYIMER, İdil (2008), Sanal Ortamda Halkla İlişkiler, İstanbul: Beta Yayınevi.
- (<http://www.heweso.com/>, 2014)
- (<ftp://ftp.unm.edu/ethics/netiquette>, 2014).

# Gazetecilikte Dijital Devrim

***Habere anında ve alışılmışın dışında çok daha farklı yollardan ulaşılabilen yepyeni bir mecra var artık. Biz buna internet medyası, internet gazeteciliği, dijital yayıncılık ya da yeni medya diyoruz***

Son çeyrek asırda, teknolojideki baş döndüren hızlı gelişim ve internet kavramının ortaya çıkışı gazeteciliğe tam bir dijital devrim yaşattı. İnternetin, teknolojinin ve mobil araçların getirdiği yenilikler, yeni bir medya mecrasını doğururken, bu büyük değişim okuyucu profillerinin de yeniden şekillenmesini kaçınılmaz kıldı.

Habere anında ve alışılmışın dışında çok daha farklı yollardan ulaşılabilen yepyeni bir mecra var artık. Biz buna internet medyası, internet gazeteciliği, dijital yayıncılık

ya da yeni medya diyoruz. Haber portalları, kitleleri sürükleyen sosyal medya mecraları, mobil uygulamaları, tablet uygulamaları ve blog

sayfaları ile devasa bir alan... Dijital yayınlar tek kelimeyle hayatımızın vazgeçilmezi oldu. Bunun yanında mobil cihazlardan haberleri takip edenlerin sayısı her geçen gün artıyor. Geçen yıla göre mobil cihazlardan internete bağlananların sayısı katlanırken önümüzdeki yıllarda bu sayının çok daha fazlalaşacağı öngörülüyor.

Gelelim medya ile ilgili alışkanlıklarımızı köklü bir değişime tabi tutan sürece;

Batı'da internet gazeteciliği ile ilgili ilk öngörülerin ortaya çıkışı 1980 yılının başlarına kadar uzanıyor. Bizde ise bu tür öngörüler 1990'lı yılların başından itibaren yoğun olarak dile getiriliyor. 1980'lerin ilk yıllarında CNN International'ın başarılı gazetecilerinden Ted Turner yakın gelecekte teknolojik gelişmelerin bir sonucu olarak geleneksel anlamda gazeteciliğin sona erebileceğini ifade etmiştir. Turner'in o yıllarda henüz teknolojik altyapılar oturmadan tanımlamaya çalıştığı değişim süreci, 1993 yılında internetin ortaya çıkışı ile ete kemiğe bürünmüş bir devrimin ilk adımı olmuştur. 2000'li yıllarda ise adeta bir mantar gibi türeyen internet siteleri ile bu büyük değişim ivme kazanmıştır. Bugün ise artık herkes geleceğin gazeteciliğinin daha çok dijital mecralar üzerinden yapılacağı konusunda hemfikir.



### **Dört Yılda 50 Milyon Kullanıcı**

Yapılan bir bilimsel çalışma internetin hızlı gelişimini çok iyi özetlemektedir: Geleneksel medya araçları ile karşılaştırıldığında, radyonun 50 milyon kişiye ulaşması 40 yıl, televizyonun bu sayıyı yakalaması tam 13 yıl aldı. İnternetin 50 milyon kullanıcıya ulaşması için ise dört yıl yeterli oldu. İnternetin hızla yaşamımıza girmesi ve yaygınlaşmasının sadece 20 yıllık bir geçmişe sahip olması da bunu çok net ortaya koymaktadır.

Medya Takip Merkezi'nin kısa bir süre önce yayınladığı rapordan kısa alıntıyla somut bir örnek daha verelim: 29 Nisan - 03 Mayıs 2013 tarihleri arasında 1 Mayıs'ın basında ne kadar yer bulunduğunu ortaya koyan bir araştırma raporu hazırlamış MTM.

Rapora göre, gazete ve dergiler 1 Mayıs'a 3 bin 900 haber ile yer ayırırken, internet medyasında bu sayı 40 bin 951 olmuştur.

### **Türkiye'de İnternet Gazeteciliğinin Doğuşu**

Türkiye'de ilk olarak Aktüel ve Lemn dergileri internete aktarılmış, ardından 1996 yılında Zaman gazetesi internet yayınına başlamıştır. Türkiye'de geleneksel medyadan bağımsız ilk internet gazeteciliği uygulamasıysa Ocak 1996'da yayına başlayan XN sitesi ile olmuştur. 1997'den itibaren de Türkiye'deki geleneksel medya kuruluşlarının neredeyse tamamı kendi sitelerini kurarak internet gazeteciliği uygulamalarını hayata geçirmiştir. Bugüne geldiğimizde ise Türkiye'de internet gazeteciliği başlı başına bir medya aracına dönüşmüştür.

Bugün editöryal denetimle günde 500 civarında haberi okuyucuya ulaştıran internet haber portalları bulunmaktadır. Kurumsallaşmasını tamamlamış siteler haftanın 7 günü 24 saat boyunca an be an güncellenmektedir. Diğer medya organları gibi tüm haber ajanslarına abonedirler. Anadolu'nun önemli bölgelerinde muhabirleri bu-

lanmaktadır. Telifli yazarları ile gündemin nabzını tutmaktadırlar.

Haber merkezleri, habercilik yarışının yaşandığı, haberlerin detaylıca işlendiği, haberin an be an takip edildiği birer yayın üssüne dönüşmüştür. Ajanslardan anlık olarak ekranlara düşen haberler, internet editörleri tarafından alıntılanarak dakika dakika güncellenir siteler... Aynı haberler, saatler hatta günler sonra yer alır gazete ve dergi sayfalarında...

Haber portalları, okuyucuyu zaman ve alan kalıpları ile sınırlandırmaz. Okuyucuya habere istediği zaman erişme özgürlüğünü sağlar. Okuyucuya internet kanalıyla ulaştırdığı haberlere ait sayfalarca bilgiyi, sayfa sınırlaması olmaksızın okutmanın, onlarca fotoğrafa yüksek çözünürlükte baktırmanın özgürlüğünü yaşatır... Okurlarına haberlerle ilgili videoları dakika sınırlaması olmaksızın yüksek hız ve çözünürlükte izletmenin keyfini yaşatır.

**Bugün en hızlı ve zengin haber paylaşımı internet üzerinden yürütülmektedir. Dijital mecralarda yetişmiş günümüz jargonu ile 'cevval gazetecilerin' anlık refleksleri televizyon ve basılı gazeteciliği inanılmaz derecede yönlendirme ve etkisi altına almıştır**

Bu ne anlama geliyor? Haber metni noktasında hiçbir şekilde sizi sınırlayan bir alan yoktur. Habere video ve fotoğraf içeriği ekleyebilirsiniz. Konu ile ilgili önceki yaşanan gelişmeleri haber ile ilişkilendirme imkanına sahipsiniz. Haber metni içerisinde ayrıca habere konu kişiler hakkında bilgiler de paylaşma imkanınız bulunmaktadır.

### **İnternette 7 /24 Haber Elinizin Altında**

Habere hızlı ulaşım imkanı sebebiyle internet okuyucunun ilk tercihi olmuştur. İnternet haber kaynakları sayesinde habere ulaşmanız için bir vakti bekleme zorunluluğu ortadan kalkmaktadır.

dır. Haberler, internetin sunduğu imkanlar sayesinde 7/24 anında elinizin altındadır... Hatta arama motorları tarafından indekslenen haber içerikleri sınırsız bir arşive dönüşmektedir. Televizyonda haberin yayına gireceği saati beklemek durumundasınız. Gazetelerin ise dizgi, baskı ve dağıtım gibi süreçlerden sonra elinize ulaşması kaçınılmazdır.

### **Gazetelerin Ertesi Gün Atacağı Manşetler Bir Gün Önce İnternette...**

Bugün en hızlı ve zengin haber paylaşımı internet üzerinden yürütülmektedir. Dijital mecralarda yetişmiş günümüz jargonu ile 'cevval gazetecilerin' anlık refleksleri televizyon ve basılı gazeteciliği inanılmaz derecede yönlendirme ve etkisi altına almıştır. İnternet medyasının o an verdiği haberler, gazetelerde ancak ertesi gün okuyucusu ile buluşabilmektedir. Bu da teknolojinin hızı karşısında haberlerin bayatlamasını kaçınılmaz kılmaktadır. Anlık haberciliğin hızı, kağıda basılı gazetelerin son dakika haberciliği yerine haber analiz ve araştırmacı gazeteciliğe yönelmesini kaçınılmaz kılmaktadır.

Televizyonda ise ekrana gelen bir haber, tekrarı verilmediği sürece, yayının akışı içerisinde birkaç dakika hatta saniyeler içerisinde gözünüzün önünden geçip gitmektedir. Haberin arşiv görüntülerine ancak dijital mecralar üzerinden ulaşma imkânı bulabiliriz.

### **Artık Haberler Tabletlerde ve Cep Telefonlarında**

Daha da ötesi günümüz teknolojisinin sınırları zorlayan nimetleri sayesinde haber elinizdeki telefonlara an be an akmaktadır.

Geleneksel gazetecilik bu anlamda teknolojik değişime hızlı bir şekilde ayak uydurmak durumundadır. Teknolojiye inat sadece basılı nüshalarla varoluş mücadelesi vermeyi planlayan yayın organları için çok net bir şekilde sona yaklaşıldığını ifade edebiliriz.

### **Kağıda Basılı Gazeteler Bir Süre Sonra Çıkamayabilir**

Bugün uluslararası büyük medya devleri yatırımlarının büyük çoğunluğunu dijital yayıncılığa yapmaktadır. Dünyaca ünlü asırlık gazete ve dergiler, kağıda baskı yapmaktan vazgeçerek tamamen



dijital yayıncılığa dönmektedirler. Küresel medya devleri arasında gösterilen Murdoch, 2013 yılının başında kendi grubunun artık en büyük yatırımlarını internet gazeteciliğine yapacağını açıklamıştır.

Kağıda basılı gazetelerin, ilgi ve gelir kaybı neticesinde bir süre sonra çıkmayacağı yönündeki öngörüler çok uzak karşılanmamaktadır. Bunun yanında basılı gazete nüshalarının yalnızca hafta sonları çıkan ve haftayla ilgili değerlendirme ve analizlerin yer aldığı mecralara dönüşeceği noktasında da öngörüler bulunmaktadır.

### **Haber Merkezlerinde Görev Tanımları Değişti**

İnternet özellikle mesleği gazetecilik olan insanlara yeni ufuklar ve yeni fırsatlar sundu. İnternetle birlikte 1993 yılında başlayan web haberciliği ve yayıncılığı, gazetelerin yazı işleri ofislerinde çalışan gazetecilerin rollerinde başkalaşım yaşanmasına yol açmıştır.

Zamanın akışı içerisinde yazılımcı, web tasarımcısı, sosyal medya editörlüğü, multimedya editörlüğü, internet editörlüğü, içerik sorumlu-

luğu gibi yeni görev tanımlarının ortaya çıkması zorunlu hale geldi.

Klasik gazeteci anlayışına bağlı olarak yeni rollerin eklendiği modern gazetecilik, artık muhabirlerin bilgisayar kullanmayı ve bazı programlara (photoshop) hakim olmalarını zorunlu kılmakta, yabancı dil bilmesini gerektirmektedir.

İnternet editörü, daha donanımlı olmak zorundadır. Mesleki birikiminin yanı sıra gerektiğinde editör, muhabir hatta bir yayın yönetmeni gibi karar verme yetisine sahip olmak durumundadır.

### **Sağlam Bir Alt Yapı ve Güçlü Bir Kadro Şart**

İnternet haberciliğinde fark yaratmak ve ciddi okuyucu kitlelerine ulaşmak için teknik olarak sağlam bir alt yapı ve güçlü bir kadro çok önemlidir. Teknik bir alt yapı, yeterli teknolojik yatırımların yanı sıra iyi bir sistem mühendisi, güçlü yazılımcı kadrosu ve tasarımcılarla sağlanabilir. Haber merkezinde ise gazetecilerden oluşan güçlü bir kadro önemlidir. İnternet gazetecilerinin de donanımı ve alt yapısı sağlam olmalıdır. Sebep-





ne gelince; internetin doğası gereği haberlerin yayına alınması, kağıda basılı gazetelerdeki gibi çok sayıda merciden geçmemektedir. Bir haberin yayına alınması noktasında hız çok önemlidir. Öne geçmek adına hızlı karar vermek zorundasınız. Dolayısıyla bu işi yapacak kişilerin gazetecilik konusunda iyi eğitilmiş olması ve genel kültürü yüksek kişilerden seçilmesi gerekmektedir.

Ne kadar iyi bir site yaparsanız yapın, okuyucuya ulaşamıyorsanız o proje başarısızdır. Boşa kürek çekersiniz. Bunun için de dolu dolu bir içerik, teknik donanım anlamında güçlü bir alt yapı ile okuyucuya ulaşacak kanalların doğru seçilmesi önemlidir.

### **İnternet Gazeteciliği ve Bilgi Kirliliği**

İnternet gazeteciliğinin dezavantajlı yönlerinden birisi, zamana karşı yapılan yarış içerisinde hızla yayına alınan haber içerikleridir. Haberlerin yeterince araştırılmaması ve bilgilerin doğrulanmadan özensizce yayına alınması bazen sıkıntılar yaşatmaktadır. Bu durum zaman zaman ciddi bilgi kirliliğine sebep olmaktadır. Hiçbir kurumsal bağlantısı olmayan künyesiz internet haber portalları ve sosyal ağlar özellikle bu konuda oldukça vukuatlıdır.

Site trafiği yaratma veya ziyaretçi kaygısı ile gerçek haberi farklı şekilde sunan siteler, okuyucu kitlesinin internet gazeteciliğine olan güvenini büyük oranda ze-

delemektedir.

Ayrıca ağırlıklı olarak okuyucuya sayfa tıklatma amaçlı foto galerili içerikler de internet haberciliğine bakışı olumsuz etkilemektedir.

Bununla birlikte internetten yayınlanan bir haberi istediğiniz zaman düzeltme imkânına sahip olmak ayrıca bir avantajdır. Basılı gazetede ise bir haber gazetede yer bulmuşsa okuyandan bir kere çıkmış demektir. Düzeltme ise ancak ertesi gün girilecek başka bir metin ile olabilir. İnternet yasası ile ilgili son yapılan yasal düzenlemeler, internet gazeteciliğinin yasal bir zemine oturması adına önemli bir gelişme olmuştur.

### **Okuyucu İçin Özgür ve İnteraktif Bir Ortam**

Öte yandan internetin en önemli özelliklerinden biri de interaktivite, okuyucunun da habere dahil olmasına imkan tanımadır. Yani okurla interaktif bir etkileşim söz konusudur. Artık okuyucu kitlesi özellikle içeriklere yapmış olduğu yorumlarıyla aktiftir ve haberin içindedir. Zaman zaman ihbar ve mesajlarıyla da haberin kaynağı bile olabilmektedir.

### **Arap Baharı ve Gezi Gibi Kitle Hareketlerinin Çıkış Noktası**

İnternet, ayrıca bir bilginin çok hızlı bir şekilde yayılmasında sınırları zorlayan bir güce sahiptir... Elinizdeki bu araç ile çok geniş kitleleri yönlendirme

imkânını bulabilirsiniz. Bu noktada günümüz internet araçlarının Arap Baharı ve Gezi olayları gibi, ülkelere tarihi dönüm noktaları yaşatan olayların tetikleyici bir unsuru olabileceğini de unutmamak gerekir.

### Reklam Pastası

İnternette her şeyi sayabilir ve ölçebilirsiniz. Aynı bir ölçüm aracına ihtiyaç yoktur. Yazılım teknolojileri bu işi rahatlıkla sağlamaktadır. Bu ölçüm ve sayımlar site içi yapıldığı gibi bağımsız kuruluşlar tarafından da objektif bir şekilde yapılmaktadır.

Google Analytics Analytics, Yandex Metrica, Gemius, Alexa gibi kuruluşlar, sitelerin takipçi sayılarını ölçmektedir.

İnternette hangi okuyucu sitenin hangi sayfasını kaç defa açtı, hangi reklamları kaç defa tıkladı sitenin hangi bölümlerine ilgi gösteriyor anında görme imkânına sahipsiniz. Üstelik okuyucu hareketlerini izleme olanağına da sahipsiniz. Site günde kaç okuyucu tarafından ziyaret edildi? Sitede ortalama kaç dakika kaldı? Ortalama kaç sayfa dolaştı? Hangi bölgeden bağlandı? İnternet, tüm bu verileri en ince ayrıntısına kadar anlık olarak ölçme imkânı tanımaktadır.

Bu sebeple son yıllarda reklam verenlerde, dijital mecralara ciddi bir yönelme görülmektedir. Müşteriye daha hızlı ulaşma, takip edilebilirlik, hedef kitle seçebilme gibi sağladığı avantajlardan dolayı reklam verenler haber sitelerini "öncelikli" mecralar arasına aldı.

Hiçbir interaktif ve organik yönü olmayan, sadece siyah beyaz olan, yazıları güçlülükle okunabilen, renkleri birbirine karışmış bir sayfaya reklam vermek yerine, renkleri canlı aktif ve organik, hareketli görsellerle desteklenmiş, doğrudan firma veya kişilere ait sitelere yönlendirilebilen, daha yüksek takipçi sayıları olan mecralara reklam vermek sonuçta daha akıllıca olacaktır. Üstelik gazete veya televizyonda yayına alınan bir reklamın kaç kişi tarafından görüldüğünü sayabilmek mümkün değildir .

Dijital mecraların reklam gelirlerinin 2013 yılının sonunda 200 milyon euro seviyelerini aştığı ifade edilmektedir. 2016 yılında internet sitelerinin toplam reklam gelirlerinin gazetelerden çok daha fazla olacağı öngörülmektedir. IAB'nin 2013 yılındaki değerlendirmelerine göre internetin reklam pastasından alacağı pay 2016 yılından sonra bugün gazetelerin aldığı reklam payı kadar olacak.

### İnternet Medyasının Amiral Gemisi Haber7

Artık internet haber portallarının günlük kullanıcı sayıları milyonlarla ifade edilmektedir. Bu milyonluk okuyucu kitlesine sahip sitelerden biri de bir başarı hikâyesi olan Haber7'dir. Haber 7'nin günlük ortalama 1 milyonu aşan tekil kullanıcısı vardır. Bu günümüzde en çok satan gazetelerin çok üstünde bir okuyucu sayısı demektir. Haber7 okurları sitede günde yaklaşık 15 milyon sayfayı dolaşmaktadır. Bir okuyucu ortalama 16-17 dakika sitede kalmaktadır. Haber7, Alexa verilerine göre Türkiye'deki tüm siteler arasında ilk 10'dadır. Dünyada ise yine tüm siteler arasında ilk 600 site arasındadır.

### Haber İnternette Okumayı Cazip Kılan Sebepler

İnternet gazeteciliğinin sunmuş olduğu avantajları kısaca şu şekilde sıralamak mümkün:

- Haberin çok hızlı bir şekilde okuyucuya ulaşması ve anlık olarak güncellenmesi
- Okurun habere 7/24 dilediği zaman diliminde ulaşabilmesi
- Multimedya temelinde ses-grafik-görüntülü dosyaları sınırsız kullanabilme imkanı
- Arşivdeki haberlere kolayca ulaşabilme ve istenilen haberleri saklayabilme
- Okurla interaktif etkileşim; okurun yorumlarını anında iletebilmesi
- Diğer medyada yer almayan farklı haberleri bulabilme ve içerik zenginliği
- Alternatif haber siteleri ile haberleri anında karşılaştırma imkânı bulabilme
- Hatalı haberleri arşivden düzeltme olanağı...

**Hiçbir interaktif ve organik yönü olmayan, sadece siyah beyaz olan, yazıları güçlülükle okunabilen, renkleri birbirine karışmış bir sayfaya reklam vermek yerine, renkleri canlı aktif ve organik, hareketli görsellerle desteklenmiş, doğrudan firma veya kişilere ait sitelere yönlendirilebilen, daha yüksek takipçi sayıları olan mecralara reklam vermek sonuçta daha akıllıca olacaktır**

# Sosyal Medya-İnternet Gazeteciliği

## “ Maalesef ruhu yok!..”

**Sağlam bir haber sitesinin günde şöyle böyle beş yüz kadar özgün veya özgüne yakın haber girmesi lazım.**

**Nasıl yapacaksın bunu?..**

**Gördüğün her haberi “özgünleştirerek!..”**

**Her haber de doğru haber olmadığından, bu mecrada “hata” yapmak kaçınılmaz**

Dört yıl önce “internet gazeteciliği”ni öğrenmeye karar verdik.

Bu işin okulu yok, İletişim’de Yüksek Lisans yaparken gördük ki hocaların kahir ekseriyeti bu işlerden habersiz.

“Face”leri var, birazı “twite” takılıyor, “gugıl”dan “bel nasıl inceltilir”, “fener galata maçı ne zaman, saat kaçta?” aramaları çekiyor...

Proflarından birine , “google news kaydı nasıl alınır, bu konuda ipuçları verebilir misiniz?” diye sordum...

Dedi ki, “News haberler demek ama dediğimizi tam olarak bilmiyorum.”

Herkes her şeyi bilmek zorunda değil ve de bu işler “okumakla” olmuyor.Çalışacaksın.

Bunca vakitten sonra bir internet haber sitesinde “çırak” olmaksansa, organizasyonuna katıldığım internet haber sitelerinde “yönetici” olmayı uygun gördü nazik bünyem.

Girdim ki bir işe...

Bir azim bir azim...

İllh, bu iş öyle yazılı medyadaki gibi değil, çok çok hızlı dönüyor işler ve çok saçma dönüyor.

Okuyucu sayısını arttırmanın, “fazla tıklanmanın” yolları bambaşka.

İnternet demek google demek bir yerde.

Yandex çok çok gerilerde, varsa yoksa google...

Google’da üste çıkman şart, onun için de saçmalaman gerekiyor.

Bol bol saçmala...

Maç mı yazıyorsun...

Şöyle: “Fenerbahçe Galatasaray maçı ne zaman, saat kaçta, nerede (2014)...

Fenerbahçe ile Galatasaray arasındaki maçın heyecanı bütün ülkeyi sarmış durumda.

İzle, tıkla izle, Fenerbahçe Galatasaray maçı izle, saat kaçta nerede ne zaman nasıl niye, Fenerbahçe taraftarı heyecanlı Fenerbahçe Galatasaray maçını izle”

Salla gitsin...Araya daha anlamsız mevzular da katabilirsin... Mesela rast gele bas klavye tuşlarına: İlişkeni enimbiininışb del menibihui... Google robotu ola ki “özgün metin” algılar seni üstlere atar.

\*

Sağlam bir haber sitesinin günde şöyle böyle beş yüz kadar özgün veya özgüne yakın haber girmesi lazım.



*Nasıl yapacaksın bunu?..*

*Gördüğün her haberi “özgünleştirerek!..”*

*Her haber de doğru haber olmadığından, bu mecrada “hata” yapmak kaçınılmaz.*

*Sürekli olarak ayağın frende olacak, yirmi dört saat ve bu işi ciddi bir şekilde yapmaya çalıştın mı ikide bir balata değiştirmeyi göze alacaksın.*

*Nice balata değiştirdik, bilseniz!..*

*Böyle bir düzen...*

*Biz bu düzenin esiri olmaksızın bir şeyler yapmaya çalıştık ve çalışıyoruz.*

*Tüfek icat oldu mertlik bozuldu, sosyal medyaya ne kural getirirsen getir, kurşun bir yolunu bulur ve kalbine oturur.*

*Peki, ne yapmak lazım?*

*Kurşunu beklemek olmaz...*

*Kurşunlamak hiç olmaz...*

*Dışarıda ayaz varken, gömlekle çıkıp ayaza sövmek adamı hasta olmaktan kurtarmaz.*

*Paltonu alacaksın!..*

*İyisi mi...*

*Ey Memur Sen, sen canım Memur Sen, çağrım*

*sana:*

*Bir Sosyal Medya Akademisi kur!..*

*Yetiştir “Ruhu Temiz “ gençleri...*

*“Kirlilikle” mücadele etsinler...*

*Bir teklif, hürmetlerimle.*

### **İnternet Gazeteciliği**

*Buraya kadarı bendenizden.*

*Bundan sonrasında bir “uzman” metni istedik.*

*Bu işin az sayıdaki uzmanlarından İsmail UĞUR bizler için “yeni çıkacak” kitabından bir özet gönderdi.*

*İlk defa siz okuyacaksınız, kıymetini bilmenizi istirham ederim:*

“Elektronik çağı, insanlığın hayat serüveni- ni akıl almaz şekilde değiştirdiği gibi bireyler arasındaki iletişim türlerinde de büyük bir değişime neden oldu. 19. Yüzyıl başlarında uzaktan sesle iletişim araçlarının yaygınlaşmasıyla birlikte yazılı matbuata dayanan gazetecilik dönemi çeşitlenmeye ve zenginleşmeye başladı. 19. Yüzyılın ortalarına kadar geliştirilen sesli iletişim araçlarıyla (Radyo) birlikte yeni bir gazetecilik türü ortaya çıktı. Sesli mesajların da iletilebildiği bu gazetecilik türü



yüzyılın ikinci yarısından itibaren yerini daha gelişmiş bir kitle iletişim aracı olan televizyona bıraktı. Hem sesle hem de görüntüyle sağlanan televizyon yayıncılığı hem içerik hem de teknik olarak gazetecilik mesleğinde köklü değişimlere yol açtı. 20. Yüzyılın başlarından frekans bazlı analog elektronik iletişiminden sayısal bazlı dijital elektronik iletişime geçildi. Bilgisayarlar arası iletişim olarak da adlandırılan bu iletişim türünde; yazı, ses ve görüntü materyallerini aynı anda ileten bir platform oluştu. Dünya genelinde iletim ağları (Network)'lerin kurulmasıyla birlikte internet iletişimi yaygınlaştı ve yeni küresel iletişimin yolu açıldı. Gazetecilik mesleği (Habercilik) dijital iletişimle birlikte yeni bir boyut kazandı. Genel olarak "internet gazeteciliği" olarak adlandırılan bu yeni habercilik türü; gazete, radyo ve televizyon haberciliğini tek bir çatı altında birleştiren ortak bir iletişim platformu halini aldı.

### **İnternet Gazeteciliğinin Avantajları**

#### **1- Çok Yönlü İletim (Multimedia Communication)**

İnternet gazeteciliği; yazılı, sesli ve görüntülü iletileri aynı anda taşıyan bir özelliğe sahiptir. Herhangi bir olaya ait mesaj (haber) hem yazı, hem ses hem de görüntüyle iletilebilir. Bu özel-

lik, daha zengin ve daha güçlü bir mesaj (haber) iletimini mümkün kılar.

#### **2- Platform Çeşitliliği (Platform Variation)**

İnternet gazeteciliği birden çok platformda haber iletimi sağlamaya imkan tanır. Bilgisayar, taşınabilir akıllı cihazlar ve cep telefonları gibi farklı platformlardan haber iletimi yapılabilir.

#### **3- Ulaşılabilirlik / Erişilebilirlik (Accessibility)**

İnternet gazeteciliğinde diğer türlerde ulaşılabildenden çok daha yoğun bir kitleye ulaşabilmek mümkündür. Haber iletilen kitlelerin konumları; sınırlandırılmış bir uydu frekansı ya da sınırlı bir saha değildir. Dünya genelini kapsayan açık bir ağ (network) üzerinden bütün kitlelere haber iletimi/ulaşımı sağlanabilir. Öte yandan, ağa bağlı olan her birey dünyanın herhangi bir noktasından internet haber kaynaklarına erişebilir.

#### **4- Sıfır Zamanlı (Anlık) İletim (Online Communication)**

İnternet gazeteciliğinde diğer türlere oranla haberler (olaylar) anlık olarak iletilebilir. Hatta bazı olaylar eşzamanlı (canlı) olarak hedef kitlelere

servis edilebilir.

## 5- Çift Yönlü Etkileşim (Two way interaction)

Diğer türlerde (Gazete, Radyo, Televizyon) haber kaynağı ile hedef kitle arasında tek yönlü bir etkileşim söz konusu iken, internet gazeteciliğinde çift yönlü bir etkileşim söz konusudur. Hedef kitle haber kaynağına geri bildirimde bulunabilir, haber kaynağıyla iletişime geçebilir ve haber içerikleriyle ilgili yorum yapabilir.

## 6- İçerik Dönüştürülebilirliği (Content Transforming)

Dünya geneli dikkate alındığında; diğer platformlarda (Gazete, Radyo, Televizyon) haber içeriklerinin birçok farklı etkene bağlı olarak sınırlı bir sunum imkanına sahip olduğu söylenebilir. Örneğin; Türkiye’de yayın yapan bir TV kanalı ele alındığında, yayının yapıldığı uydu ve frekansı, yayının dili, yayının hedef kitleye ulaşımında kullanılan aparatların (monitör, görüntü formatı vs.) farklılığı ya da uyumsuzluğu gibi nedenlerle hedef kitle sınırlı bir düzeyde kalır. Oysa internet yayıncılığında haberlerin dönüştürülebilirlik oranları (içerik yönünden veya teknik yönden) son derece yüksektir. Türkçe yazılan bir makaleyi herhangi bir İngiliz küçük bir yazılım aracılığıyla kendi dilinde okuyabilir. Başka bir örnekle; görme veya işitme engelli bir birey, herhangi bir haberi yazı ya da ses formatına dönüştürerek kullanabileceği bir hale getirebilir.

## 7- Arşiv / Yeniden Ulaşım (Archive / Recommunication)

Diğer haber platformlarında arşivleme veya yeniden ulaşım imkanları son derece sınırlıyken internet gazeteciliğinde tam tersidir. Herhangi bir haber içeriği küresel networkte arşivlenir ve sürekli olarak kitlelerin yeniden ulaşımına açıktır. İçerik dolaşımı ve paylaşımı yüksek düzeyde olduğu için herhangi bir bilginin bilinçli olarak network kayıtlarından silinmesi çok uzun zaman alır.

## 8- İçerik Çeşitliliği (Content Variation )

Diğer türlerde içerik çeşitliliği belli bir düzeyde bulunurken, internet yayıncılığında son derece zengindir. Herhangi bir içerikle ilgili binlerce farklı bilgi, yorum ve imgeler söz konusu olabilir. Bir konuyla ilgili yüzbinlerce makale, yorum ve bilgiye ulaşmak mümkündür. Özellikle sosyal medya platformları, bütün kitleleri haber kayna-

ğı haline getirmektedir.

## 9- Seçilebilirlik

Diğer platformlara kıyasla; hedef kitle haber kaynağından iletilen içerikler arasından seim yapabilir. Yalnızca kendisini ilgilendiren veya talep ettiği içerikleri seçebilir.

## Dezavantajları

İnternet gazeteciliğinin diğer platformlara kıyasla çok daha etkin ve avantajlı olduğu bir gerçektir. Lakin kitlelere sunduğu büyük avantajların yanı sıra kitleler açısından bazı dezavantaj ve riskler de barındırır.

## 1- Güvenirliği Düşük İçerik (Irresponsible Information)

Diğer platformlarda haber kaynağı çeşitliliği sınırlı ve tanımlanabilir olduğu için içerik ve bilgi doğrulamasını yapmak çok daha kolay ve mümkündür. İnternet gazeteciliğinde ise haber kaynağı çok çeşitlidir ve sınırlı tanımlanabilir özelliktedir. “Sanal” ifadesi kaynağın tanımlanmasının çoğu zaman mümkün olmadığını anlatmak için kullanılır. Dolayısıyla; kaynağı tanımlanamayan çok çeşitli ve farklı içerikler haberlerin güvenilirliğini düşüren bir etkiye neden olur.

## 2- Denetimsizlik (Uncontrolled)

Diğer platformlara nazaran internet yayıncılığında kaynak ve içeriklerin denetlenmesi zordur. Bu durum hukuki olarak bazı olumsuzlukları da beraberinde getirir. Hedef kitlenin yanlış bilgilerle yanıltılması, tahrik edilmesi mümkündür.

**Yeni bir şehirleşme vizyonu çerçevesinde ortaya konulacak şehir modelinin, medeniyet ve kültürümüzün ilkelerine ve kodlarına göre inşa ve ihya edilmesi de gerekmektedir**

# Sosyal Medyada Din

**Sahici bir dindarlık ilişkisi düşünce, duygu ve davranıştan oluşan bir süreçtir. Bu da bireylerden bir emek-çaba sarf etmeyi, bazen meşakkate katlanmayı, merak etmeyi ve önem atfetmeyi gerektirir**

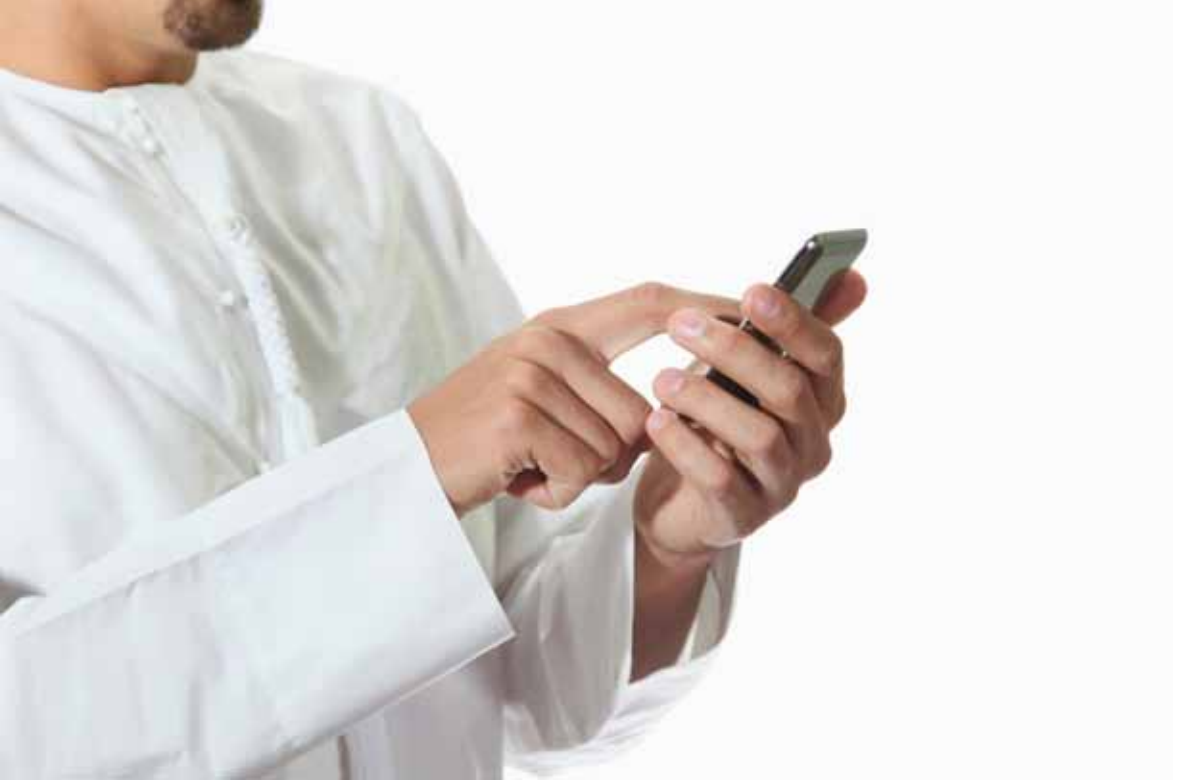
Din, sağlık ve beslenme gibi son derece “hayati” ve bir o kadar da istismara açık bir alandır. Temel ihtiyaçlar, -özel veya kurumsal olarak- uzmanlar eli ile ve ciddiyetle karşılanmadıkları sürece, ihtiyaç sahiplerine gözü açık kurnazlar tarafından onulmaz yaralar açılmaktadır. Halkımızın dile getirdiği “Yarım doktor candan, yarım molla dinden eder” sözü, bu gerçeği ifade etmektedir. İhtiyacın zaruriliği ve acilliği oranında kitleler iğfale, kandırılmaya ve istismara açıktır. Din ilişkisinde istismarcılar rahipler, kahinler, şamanlar ve

dinadamlardır. Bu din esnafları, kitleleri kandırma peşinde iken; Spinoza’nın dediği gibi kitleler

de Tanrıyı kandırma peşindedir. Kitleler, mahir hırsız gibi daima “yükte hafif, pahada ağır” şeyleri “din” veya “dindarlık” olarak kendince kodlar.

Sahici bir dindarlık ilişkisi düşünce, duygu ve davranıştan oluşan bir süreçtir. Bu da bireylerden bir emek-çaba sarf etmeyi, bazen meşakkate katlanmayı, merak etmeyi ve önem atfetmeyi gerektirir. Kur’an’da “Hakkında kesin bilgi sahibi olmadığın şeyin ardına düşme; çünkü kulak, göz ve kalp, bunların hepsi ondan sorumludurlar”(17/36) ayeti bu gerçeği ortaya koyar. Doğru itikad edinmenin her zaman ve zeminde geçerli evrensel yolu budur. Bu yol, hazırcı, dogma, taklit ve hurafeye dayanan ilkel dinler ve dindarlıklardan tamamen farklıdır. Dinin “iman” alanı (metafizik), insanın beş duyusu, yani algı alanına girmeyip “Ğayp/kayıp” olduğu için, zann ve vehim buradan doğmaktadır. İlahi vahiy dini, bu alandan “teşbih” ile söz ederek (Allah-Ahiret) sistematize etmeye çalışmıştır (Esmau’l hüsna, cennet-cehennem).

Bu ikinci tarz dindarlığın psikolojik sebebi, insanın arzu ve heveslerini (heva) din edinmesidir. “Hevasını ilah edineni gördün mü?...” (25/43) ifadesi, bu gerçeği dile getirir. İkinci sebep, insanın dini inancını oluştururken zanna uyması ve cehaletine prim vermesidir. “Allah hakkında cahiliyye



zannı ile zannda bulunma”(3/154) ifadesi, bu gerçeği dile getirir. Üçüncü sebep, Kutsal metinlerin üzerinden uzun zaman geçtikten sonra onların doğru yorumu, -Arkolojide olduğu gibi- ciddi bir ahlaki-bilimsel sorumluluk gerektirdiği halde, bazen alimlerin bazen de halkının bu gerçeği görmeden kutsal metinleri haddini aşarak, sorumsuzluk ve keyfi olarak aşırı yorumlamalarıdır. Kur’anda Allah’ın Yahudi alimlerine: “ Tevratın (yorumu ve vaaz edilmesi)sorumluluğu kendilerine yüklenen, sonra da bu yüklenen sorumluluğu yerine getirmeyen(alim)ler, kitap yüklü eşekler gibidir.”(62/5) şeklinde itham etmesi, din alimlerinin sorumluluklarının ihmali ifade eder. Tevratın ve İncilin tahrif edilmesi ise, kitlelerin aşırı yorumunu yansıtır.

Dinin doğuş anından uzaklaştıkça da kendiliğinden iman ve ahlak alanlarında bir gevşeme ve yozlaşma olmaktadır. Kur’an bu gerçeği şöyle ifade eder: “İman edenlerin Allah’ı anmaktan ve kendilerine inen haktan dolayı halâ kalplerinin saygı ile ürpermesinin zamanı gelmedi mi? Müminler/Müslümanlar, daha önce kendilerine kitap verilip de üzerinden uzun zaman geçince kalpleri katılaştılar(Yahudiler ve Hıristiyanlar) gibi olmasınlar. Onlardan bir çoğu fasık kimseler-

dir.”(57/16) İslam’ın üzerinden de bin dört yüz sene geçti. Müslümanların da Yahudi ve Hıristiyanlar gibi çoğunun yoldan çıkması, fasık olması normal bir hadisedir. Çünkü ayetteki “dindarlık” uyarısı, sahabilere yapılmaktadır.

Çoğunluğu Tasavvuf yolu ile Müslümanlığı tercih etmiş Anadolu halkının dinini öğrenme tarzı geleneksel olarak medresede kitabını okuyarak veya alimine sorarak değil; daha ziyade tekke ve zaviyelerden “şifahi” olarak veya “kulaktan dolma” tarzında çevresindeki şeyhden, hocadan, hacıdan, babadan, dededen, büyüklerden “sohbet” yolu ile edinmiştir. İlmihaller, halk için yazıldığı halde, Anadolu hocaların ve imamların vaaz kitabı olmuştur. Araplar ve İranlılar “Teolojik(Kelami)” düşünme aşamasına geçtikleri halde(daha sonraki aşamalar “felsefi” düşünme ve “bilimsel” düşünme aşamalarıdır), Osmanlı-Türkiye toplumu-halkı “mitolojik” düşünme aşamasında kalmıştır. Osmanlı medreseleri, daha ziyade devletin bürokratik(ilmiye-kalemiye) ihtiyaçlara cevap vermiştir. Anadolu halkı, evliya-menkibe-keramet ve yatırlar etrafında yarı şaman bir din kültürü edinmiştir.

Cumhuriyet döneminde Diyanet, vaaz ve ir-



şad faaliyetleri ile halkın dini bilgisini temin etmeye çalışmış, daha sonraları açılan İmam hatip liseleri, İlahiyat Fakülteleri ve okullara konulan Din dersleri ile halkımızın dini bilgi ihtiyacı karşılanmaya çalışılmıştır.

Seksenlerden itibaren televizyon kanallarının çoğalması ile “medya vaizliği” gelişmiş ve bir çok insan dini bilgisini bu yol ile edinmiştir. Doksanlı yıllarda TGRT de Prof. DR. Orhan Karmış’ın başlattığı “Tefsir” dersleri, daha sonraları Yaşar Nuri Öztürk ve Zekeriya Beyaz’ın popüler-magazinel vaazları ile devam etti. Abdulaziz Bayındır’ın radikal “Kur’ancılığı”, cemaat ve tarikat tv’lerinin hurafeci vaazları ile savaşıyordu. İki binli yıllarda “Cübbeli Ahmet” tek başına

“medya vazlığı”nde bir fenomendi. Cemal Nur Sargut ise, çağdaş “Rabiatuladeviyye” olarak halkımıza sevgi ve merhamet dağıtıyordu.

Bu furyanın olumlu yanları olduğu gibi, olumsuz yanları da vardı. Olumlu yanı, çok sayıda insanın din hakkında bilgi sahibi olması idi. Olumsuz yanı ise, aynı kalıptan gelen “mafya”nın dahi bir raconu olduğu halde, medyanın hiçbir kural-kaide tanımaması, ehliyet-liyaket ve ciddiyet yerine dini, cinsellik gibi “reyting” aracı olarak görmesidir.

İnternetin gelişmesi ile de “Google” hazretleri ortaya çıkmış ve herkes kendi

kafasına/keyfine göre/uygun dini bilgiye ulaşma imkanına kavuşmuştur. Dini alanda geleneksel “doğru bilgi” elde etmenin yolu, alanında ilmi derinliği ve ameli bütünlüğü ile temayüz etmiş “alim”lere sorarak(fetva) bilgi edinmekti. Ulemanın “otoritesi”nin Cumhuriyetle birlikte lağvedilmesinden sonra, dini bilgi elde etmenin yollarını az önce belirtmiştik. İnternet, twetter ve facebook...dan oluşan “sosyal medya”da ise herkes

kendinin alimi olmuştur. Bu durum, postmodern bir süreç olarak(ne olursa gider) halkımızın din konusundaki cehaletinin ve arzusuna/keyfine göre meşakkati-zorluğu, külfeti olmayan bir dindarlık oluşturmak istemesinin ürünüdür. Din, sosyal medyada yaşanmayan, sadece “sözde” bir fenomene dönüşmüştü; etkisi, okunduğunda biten kısa süreli duygulanımlar yaratan süslü, ağdalı, “vay be!” dedirten özdeyiş paylaşımına, veya duvarına böyle sözleri asmaya indirgenmiştir. İslam dininin en önemli umde ve unsurlarından biri olan “en sevdiğimiz şeylerin paylaşılması”(3/92), sosyal medyada bir “tık” ile mesaj paylaşımına indirgenmiş ve ne kadar çok tweet atılır veya ayet (haşa)” sallanırsa” o kadar sevap kazanılacağına inanılmaktadır.

Sosyal medya, doğru dini bilgiye ulaşmanın olduğu kadar, ehliyeti liyakati şüpheli kişilerin haddini-hududunu bilmeden, “cahil, cesur olur” fehvasınca “yorum” ürettikleri ve paylaştıkları bir alan halindedir. Bir yönüyle başlangıçta bahsettiğimiz dinin “hayatî”liğinin, öneminin, ciddiyetinin kaybedilerek “oyun ve eğlenceye çevrilmesi”(5/57-58, 6/70, 7/51)dir. Dinlerini oyun ve eğlenceye, festivale çevirmek, sadece Yahudi ve Hıristiyanların yaptığı bir şey değildir. Bugün Müslümanlar da sosyal medyada ve bir çokları da gerçek dünyada aynı şeyi yapıyor.

**Sosyal medya,  
doğru dini bilgiye  
ulaşmanın olduğu  
kadar, ehliyeti  
liyakati şüpheli  
kişilerin haddini-  
hududunu bilmeden,  
“cahil, cesur olur”  
fehvasınca “yorum”  
ürettikleri ve  
paylaştıkları bir alan  
halindedir**