

Gazetecilik ve Medya Çalışmaları Alanında Gelişmeler

Editör
Dr. Ali Dağlar

İÇİNDEKİLER

BÖLÜM 1.....	5
Sosyal Medyada Ökse Tuzağı: Dijital Dönüşümün Bireylere ve Kamuya Etkisi	
Ensar LOKMANOĞLU & Baki Yiğit ÇAKMAKKAYA & Teoman AKPINAR	
BÖLÜM 2.....	27
Ebeveyn İletişiminde Okul-Aile İşbirliğinin Güçlendirilmesi ve Medyanın Rolü	
Taylan Maral	
BÖLÜM 3.....	45
Hürriyet Gazetesinin Demirörenler’e Devri Bağlamında Anaakım Medyanın Sonu Tartışması ve Basın Özgürlüğüne Etkileri	
Ali Dağlar	



BÖLÜM 1

Sosyal Medyada Ökse Tuzağı: Dijital Dönüşümün Bireylere ve Kamuya Etkisi

***Ensar LOKMANOĞLU¹ & Baki Yiğit ÇAKMAKKAYA² &
Teoman AKPINAR³***

¹ Dr.Öğr.Üyesi, T.C Sakarya Uygulamalı Bilimler Üniversitesi Sakarya Meslek Yüksekokulu Halkla İlişkiler ve Tanıtım Bölümü, ORCID: 0000-0002-1597-343

² Doktora Öğrencisi, T.C. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim

³ Prof. Dr, T.C. Tekirdağ Namık Kemal Üniversitesi, Çorlu Meslek Yüksekokulu, Muhasebe ve Vergi Uygulamaları Bölümü, ORCID: 0000-0002-2205-1584

Giriş

Bireylere ve topluma bilgi aktaran bunun dışında bilgilendirme, eğitime ve eğlendirme gibi sorumluluğu olan işitsel, görsel ve hem görsel hem de işitsel özelliklere sahip araçların tümü olarak adlandırdığımız, gündelik hayatımızda sıklıkla kullandığımız her gün yenisinin eklendiği toplumsal paylaşım ağları (Facebook, LinkedIn), mikrobloglar (Twitter), video paylaşım ağları (YouTube, Vimeo, Daily Motion) ve blog sitelerin (Wordpress, Blogspot, Thumblr) de saldırganlık ve suç içeren olaylar da kimi zaman sanık kimi zaman tanık kimi zaman da konunun aktörü olma olasılığımız her zaman mevcut bir durumdur. Kişisel bilgilerimizden düşüncelerimize kadar özgürce paylaşabildiğimiz ve hayatımızın vazgeçilmez bir parçası olana sosyal medya (Acay, 2021, s. 131) uygulamaları ve dünyayı yeniden şekillendiren dijital devrim olarak nitelendirdiğimiz ve bilgisayarın keşfi ile başlayan bilgilerin dijital formatı dönüşmesi ile gelişen ve teknolojik gelişmelerin yaşandığı bu çağda gerek insanların birbiri ile iletişimi gerek şirketlerin müşterileriyle yakınlaşmaları ve gerekse politikacıların siyaset yapma tarzları olmak üzere ekonomik ve toplumsal hayatın birçok alanında değişimler yaşanmıştır (Çelik, 2020, s. 1). Bu köklü değişimlere bağlı olarak kısa süre içinde bireylerin dikkatini çeken ve popüleritesi her geçen gün artan YouTube, Twitter, Instagram, LinkedIn, Facebook gibi görüntü, resim ve birçok interaktif iletişimi paylaşma fonsiyonel özelliklerine sahip sosyal medya olarak adlandırdığımız bireysel bilgileri toparlayarak pazarlayan sosyal ağlar ortaya çıkmıştır (Topcu, 2020, ss. 5-11). Kullanıcılar sosyal medyada profil oluşturarak video, fotoğraf koyarak, paylaşımlara yorum yaparak, sosyal formlarda içerik üreterek Instagram, Twitter, YouTube ve Facebook gibi platformlarda varlıklarını göstermektedir. Bu tür yeni medya ortamlarında kontrol kullanıcıya aittir. Etkileşim imkanı ile bireyleri aktif rolde olmasına zemin sağlayan sosyal medyanın madalyonun tek yüzü gibi olumlu yüzünün yanı sıra (Soncu ve Aydoğan, Kılıç, 2020, s. 259), tesadüfi elektronik saldırganlık, siber zorbalık, sosyal medya aracılığıyla üçüncü kişilere karşı kasıtlı ve zarar verici eylemler gibi tehlikeli yüzü de bulunmaktadır (Cantekin ve Gökler, 2020, s. 284). Çalışmamızın konusu oluşturan ökse tuzağı örneği de dijitalleşme ile birlikte sosyal medya ortamında yerini almıştır.

1.Sosyal Medya Bağlamında Ökse Tuzağı

İnsanların sosyal, kültürel, eğitim, ticaret ve benzeri birçok konuda bir araya gelerek bilgi alabildiği, paylaşım yapabildiği, fikirlerini-deneyimlerini tüm dünya ile paylaşabildiği sosyal ağlar özellikle akıllı telefonların yaygınlaşması ile etkileşimin ve iletişimin en sık kullanıldığı alan olduğunu söylemek mümkündür. Bireyler ve toplumlar üzerinde etkisi bu denli ileri derece olan (Aydın, 2019, ss. 68-

69), internet ortamında içerik yaratılarak kişisel verilerin ve görüşlerin paylaşıldığı sosyal medya ortamlarında kişilik haklarının ihlalleri oldukça sık karşılanabilecek bir durumdur (Aka, 2017, ss. 231-232). Anonim isim ve hesaplarla herkesin yorum yapabildiği sosyal medya platformlarında gerek evrensel yani uluslararası hukuk olarak ve gerekse Anayasamız ve Türk Ceza Kanunumuzca insan haysiyetine karşı yapılan hukuk dışı tutum ve ifadelerle karşı cezai yaptırımlar uygulanmaktadır. İnternet sayesinde tüm dünyada olduğu gibi bilginin üretilmesi ve kitlelere yayılmasının sağlandığı günümüzde dünyanın herhangi bir yerinde meydana gelen olayı görüntüleme, yorum yapabilme, görüntüyü kayıt altına alma gibi olumlu imkanlar mevcut olduğu gibi düşüncesizce fevri olarak yapılan paylaşımlar gibi insanın maddi ve manevi bütünlüğüne zarar veren olumsuz birçok tehditleri barındırmaktadır (Acay, 2021, ss. 71-74). Sosyal medyada vatandaşların anlık tepkilerinden yararlanarak kendilerine zenginleşme aracı elde etmek isteyen bir kitle doğmuştur. Anılan kitlenin sosyal medyadaki hakaret eylemlerini kazanca dönüştürmek için kullandıkları yöntemi kuşlar için yasak avlanma yöntemi olarak kullanılan ve yapıştırıcı sürülmüş bir zemine yem koyarak kuşların yapışarak yakalanması olarak bilinen ökse tuzağına benzetebiliriz. Sosyal medya fenomenleri tepki çekecek paylaşımların belirli linkler altında toplanmasını sağlamakta, programlar aracılığı ile kendilerine yönelik eleştiri ve hakaret içerikli sözleri bir süzgeçten de süzmeden yargının önüne taşımaktadırlar. Sosyal medya mecralarında bazı kişiler bilinçli olarak toplumun hassas olduğu konularda yoruma açık içerikler paylaşmakta olup; gerekli eğitimi, bilinci ve farkındalığı olmayan bireyler de bu içeriklere karşı 5237 sayılı Türk Ceza Kanunu'nun sekizinci bölümü Şeref Karşı Suçlar bölümünde yer alan hakaret suçu "*Bir kimseye onur, şeref ve saygınlığını rencide edebilecek nitelikte somut bir fiil veya olgu isnat eden veya sövmek suretiyle bir kimsenin onur, şeref ve saygınlığına saldıran kişi, üç aydan iki yıla kadar hapis veya adli para cezası ile cezalandırılır.*" kapsamında Cumhuriyet Savcılıkları tarafından soruşturma geçirmektedirler. Burada şikayet edilenler hakaret suçunu işleyenler olduğu gibi eleştiri hakkını kullanan vatandaşlar da olmaktadır. Eleştiri sınırında paylaşım yapan yurttaşların lekelenme meme hakları ihlal edilmektedir. Anılan şekilde hak ihlaline uğrayan bireylerin haklarını yasal yollarla araması önem taşımaktadır. Bu arada yapılan hakaret suçu nasıl tasrif edilemez ve hukuka aykırı ise de bu suçun oluşması için bilinçli kötü niyetli oluşturulan adeta bir senaryoda yazarmışçasına ökse tuzağına benzetilen eylem de etik değildir. Şöyle ki bu durumda bireyle arasında oluşacak olumsuzlukların yanında bu kötü niyetli ve bilinçli yapılan eylemlerle kamu zararı oluşmaktadır. Çünkü Cumhuriyet Savcılığına gelecek olan soruşturma dosyası alternatif çözümler olarak uzlaştırma birimine aktarılacaktır ve burada bilinçli yapılan

ve karşı taraftan bir menfaat elde etme saikiyle yapılan eylemden uzlaşma sağlanabilmesi için maddi edim istenecek bu durumda uzlaştırma süreci sadece taraflara teklifin tebliği dışına çıkmayacak ve uzlaştırmacının zamanının yanı sıra kamu durumunda uzlaştırma süreci için gereksiz ödeme yapması ve daha önemlisi savcı, hakim, zabıt katibi, emniyet güçleri, jandarma, tebliğatı götüren posta memurunun emek ve mesaisi kaybına yol açacaktır. Anılan davalar ön plana çıkarırken önemli davalara, asayiş, dolandırıcılık ve pek çok önemli olaya odaklanılamayacaktır. Anılan şekilde nitelikli dosyalar yeterince incelenemezken kamu kaynakları lüzumsuz yere israf edilmiş olacaktır. Anılan husus adliyede nitelikli dosyalarda adalet bekleyen vatandaşların mağduriyetine sebep olmaktadır.

2. Temel Kavramlar ve Medya İletişim Kuramları – Modelleri

Toplumların siyasal yapısından kültürel yapısına kadar birçok alanda etkileme ve etkilenme özelliği ile rol oynayan medya geleneksel ve yeni medya olarak iki alt başlığa ayrılabiliriz. “İletişim ortamı”, “iletişim araçları” anlamına gelen medya kavramına daha geniş açıdan baktığımızda kitle haberleşmesine olanak sağlayan her tür ortam biçimini kapsamaktadır. Tek yönlü iletişimin vücut bulduğu görüntü ve ses metin içeriğinde barındıran, halkı sadece tüketici olarak görebilen, sosyal medya öncesi üretilmiş, büyük kitlelere hitap edebilen, yayın maliyetinin oldukça düşük olduğu, her zaman için sonucun daha net olduğu geleneksel medya literatürde ana akım olarak geçmektedir. Çağın ilerleyişi ile birlikte teknoloji ile paralellik gösteren gelişmeler, medya içeriklerinin önemli boyutta değişimini gerek tarafların etkileşim içinde olması gerek kitlesizleştirme ve gerekse eş zamansız olabilme özellikleri bütünsel olarak değerlendirdiğimizde “yeni” medya kavramı adı altında elektronik posta, video konferans, fiber optik altyapı ve benzeri iletişim teknolojilerinin kullanıldığı yeni bir iletişim alanının oluştuğunu görmekteyiz (Pala, 2017, ss. 5-30). Sosyal medya aracılığı ile suç ve şiddet eylemleri çok geniş kitlelere ulaşmaktadır. Şöyle ki terör örgütleri sosyal medyadaki görünürlüklerini arttırarak üyeleri eğitmek, eylemlere teşvik etmek, halk topluluklarına göz dağı vermek ve korku salmak ve benzeri propaganda yürütmektedir (Gün Çıngı ve Suğur, 2020, s. 50).

Bireylerin yaşamında önemli bir yere sahip olan ve temel ihtiyaçların karşılama yeteneğine haiz olan medyanın toplumların yaşamları üzerindeki etkisi de yadsınamaz. Hatta yabancılaşma yönelik çok tesirinin olduğunu bilinmektedir (Turska-Kawa, 2011, ss. 175-176).

Medyanın standart öğretim tekniğinden farklı olarak muazzam bir öğretme kapasitesi dikkate alındığından çocukların medya aracılığı ile aldığı bu mesajları

iç dünyasının bir parçası olarak değerlendirdiği ve davranışları üzerindeki etkisinde önemli bir role sahiptir (Villant, 2001, s. 399).

Medyada şiddet içeren görüntüleri izleyenlerin bilişsel, duygusal ve uyarılma değişkenleri açısından daha saldırgan tepkilere başvurduğu gözlenmiştir (Bushman ve Anderson, 2002, s. 1680).

Böylesine önemli olan medya iletişimi tek yönlü olmayıp teknolojinin ilerlemesi ile kullanıcının da katılabilirdiği iki yönlü bir sürece girmiştir. Bu bağlamda sosyal medya ve paylaşımları önem kazanmıştır.

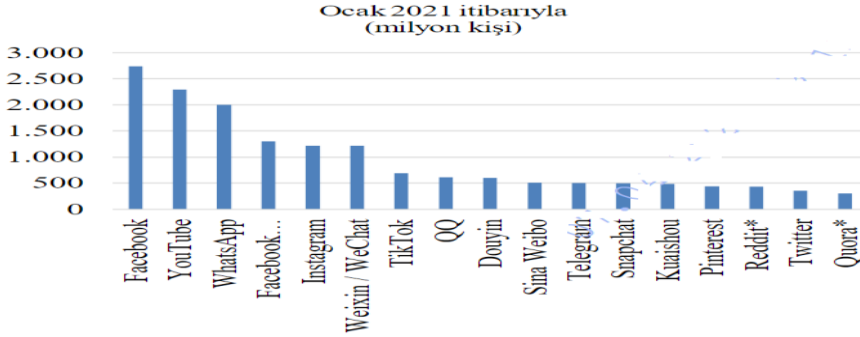
3.Dijital Dönüşüm

Hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri ile hayatımıza giren (Turgut, Aslan, ve Kurşun, 2020, s. 92), tüm birimler arası koordinasyonu gerektiren bir hareket olarak tanımlayabileceğimiz (Kul ve Gezen, 2020, s. 172), herkesin zihninde bir şeyler çağrıştıran, daha teknolojik ve daha güncel olana geçiş şeklinde algılanan, basit ve yenilikçi kelimelerden oluşan dijital dönüşüm ifadesinde dijital kelimesi teknolojiyi ile ilişkilirken dönüşüm kelimesi ise bireylerin zihninde değişim için isteklendirilmesi ile ilgilidir (Karaman ve Aydın, 2020, ss. 4-5). Gelişen bilgi ve teknolojiye sunduğu olanaklara bağlı olarak teknoloji, iş süreçleri ve insanın bütüncül olarak dönüştürme olarak tanımlayabileceğimiz (Taşlıbeyaz vd., 2020, s. 262), dijital dönüşümün en önemli boyutlarından birisi olan bireylerin bu süreçlere alışabilmeleri, benimsemeleri, tanıtım süreçleri ve etkili kullanabilmeleri dijital dönüşümün önemli bileşenlerindendir (Yıldırım ve Taş, 2020, s. 242).

Bireylerin ortak ilgi alanları, zevkleri ve faaliyetleri ile ilgili konularda birbirleri ile iletişim kurarak sosyalleşmesine imkân tanıyan, sosyal yaşamın bir parçası olan sosyal medya, iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak günlük hayatın merkezine yerleştiğini söyleyebiliriz. Bilgi, interaktif, etkinlik, hobi, yaşam, mesajlaşma, eğlence, yorum, içerik paylaşma gibi servisleri geliştiren sosyal medya, araştırmacılar tarafından bloglar, mikro bloglar, sosyal ağlar, sosyal işaretlemler, profesyonel gruplar, wikiler, forumlar, podcastler, sosyal ticaret ağları, medya paylaşım, içerik paylaşım, lokasyon paylaşım olmak üzere kolay kullanılabilen ve herkes tarafından erişilebilen farklı platformlar üzerinden sağlanmaktadır. Bu farklı platformlardan en çok tercih edilenler 2021 yılında Statista'nın yaptığı araştırma göz önüne alınarak Tablo 1'de gösterilmiştir (Habioglu, 2021, ss. 119-140).

Şekil 1

Kullanıcı Sayısına Göre Sosyal Ağ Siteleri 2021



Kaynak: (Habiboğlu, 2021, s. 127)

Özellikle Web 2.0 ile hayatımıza giren, kullanıcılarına istedikleri herhangi bir yer ve zamanda iletişim kurmasına imkân sunan sosyal medya yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, gelir durumu farklı birçok kişi tarafından kullanılmaya başlamıştır. Sosyal medya ile ortaya çıkan Facebook, Twitter, Instagram, YouTube vb. sosyal paylaşım mecraları kullanıcılarına aktif olarak içerik paylaşmalarına ve kullanıcılarına etkileşimde bulunma imkânı tanımıştır (Akyazı, 2021, ss. 162-163).

Bilim ve teknoloji alanında gerçekleşen gelişmelerin tetiklediği dijital dönüşüm sadece endüstrinin, devletin, bilimin ilgi alanı değil toplumun umudu olduğunu söyleyebiliriz. Yine dijital dönüşüm çağını yaşayabilmek için yeni bir akıllı toplum felsefesinin olması gerektiğine inanan Japonya'da 5.0 felsefesi kapsamında toplumun gelişme sürecinin avcı, tarım, endüstriyel, bilgi ve akıllı toplumlardan oluştuğunu bizzat başbakan Shinzo Abe tarafından tanıtılmıştır. Dijital dönüşüme ve global dijital ekosisteme ayak uyduran ülkeler geçiş döneminde transformasyonu sağlayarak ayakta kalmakta iken bunu beceremeyen ülkeler ise akılsız topluma dönüşerek gelişmiş toplumların dışına itiliyorlar bu sebepten yeni dünya düzeninde dijital dönüşüme ayak uyduranların başarılı olacağını artık bilen bir gerçektir (Büyüksulu, 2018).

Sosyal içerikli web siteleri olarak tanımlayabileceğimiz sosyal medya ile katılımcılar online ortamlarda kendilerini ifade edebime, gruplara katılma bu ortamlarda fikirlerini belirtme yorum yapma gibi imkanlara sahiptir (Köksal ve Özdemir, 2013, s. 325).

Firmalar yaptıkları uygulamaların sosyal medya üzerinde olumsuz algılarını düzeltmek ve sorunları saptamak amacıyla sosyal dinleme aracı kullanmaktadır (Samsa, 2023, s. 177)

İkinci nesil internet hizmetlerini temsil eden Web 2.0 ile sadece bilgi aktarımı ve dosya paylaşımı yapılmamakta olup; internet kullanıcılarının ortaklaşa ve paylaşarak yaptıkları sistemler (Sosyal ağ siteleri)’den oluşmaktadır. Özellikle Web 2.0’ın kullanıcı hizmetine sunulmasıyla birlikte zaman ve mekân sınırı olmadan çift yönlü bilgi paylaşımı ve sosyal medya kullanarak kendisinin de olan bitenden haberdar olmasında etkin olmuştur. Dünya nüfusunun %45’i aktif olarak sosyal medya kullanmaktadır. Bu sayı ortalama 3,5 milyar insan denk gelmekte olup belki de birkaç on yıl içinde herkesin sosyal medya kullanıcısı olacağından bahsediyor olacağız. Yine seksen bir milyon nüfusu olan ülkemizde ise ortalama 60 milyon aktif sosyal medya kullanıcı mevcuttur. Ülkemizde en popüler sosyal medya platformu olarak ilk sırada Facebook almaktadır. Şöyle ki bu sosyal medya platformu aracılığı ile yeni arkadaş edinme, mesajlaşma, video paylaşma hatta tanışıp evlenme ve önemli iş anlaşmaları yapılmaktadır. Yine ikinci en popüler sosyal medya platformuna baktığımızda ise WhatsApp uygulamasını görmekteyiz. Bu platform sayesinde de mesaj atabilme, normal kullandığımız telefon özelliğinin dışında görüntülü görüşme yapabilme, gruplar kurarak aynı anda yüzlerce kişilerle mesajlaşmak ve emoji gönderebilme gibi birçok yöntemlerle iletişim kurulmaktadır. Bu platformlar dışında çalışan ve iş arayan kişileri bir araya getiren LinkedIn, sosyal medya üzerinden yayınlan video kanalı olan Youtube, görsel ve hikaye paylaşım sitesi olan Instagram, miblogging site özelliği taşıyan anlık, hızlı ve etkin iletişim kurulmasına imkan tanıyan Twitter ve Flickr, Snapcaht, Pinterest, SlideShare, Foursquare, Vimeo, Picasa, Reddit gibi bir çok farklı alanda sosyal ağ platformları oluşturulmuştur (Tarı, Kasnakoğlu ve Kalender, 2020, s. 52-55).

Almanya da 2011 yılında gerçekleşen Hannover Fuarı’nda ilk kez adı geçen ve yapay zeka, bulut bilişim, yapay sinir ağları, nesnelerin interneti gibi kazanımlar sağlayan Endüstri 4.0 kavramı ile başlayan dijitalleşme süreci gerek küresel kriz ve gerekse demografik risklerden dolayı bir zorunluluk halini almıştır (Karabayır ve Karalı, 2023 , s. 225).

Türk Dil Kurumun’da “*sayısal, verileri ekran üzerinde elektronik olarak gösteren ve verilerin bir ekran üzerinde elektronik olarak gösterilmesi*” olarak tanımlanan dijital kelimesinden türetilen dijitalleşme kelimesi “*bir şeyi dijital forma dönüştürme süreci*” olarak Merriam-Webster sözlüğünde tanımlanmıştır (Horasan, 2023, s. 245)

Geleneksel olanın karşısında yeni olanın tartışıldığı günümüzde (Karabacak ve Sezgin, 2019, s. 319), yeni dünya düzeni olarak nitelendirebileceğimiz dijital dönüşüm süreciyle yapısal olarak birçok şey değişmektedir (Cengiz, 2023, s. 277).

Globalleşen dünyada insanlığın teknolojik nimetlerde faydalanması, gelişen bilgi teknolojilerine ayak uydurması tabi ki de beklenmektedir ancak bunu hukuk dışı bir kazanç haline getirmek doğru değildir.

Günümüzde gelişen dijital teknolojiler kendini birçok alanda gösterse de bu teknolojiyi kullanan bireylerin ve kamunun bilgiye ulaşma, paylaşma, iletişim kurma, problem çözme, işbirliği gibi süreçlerde işe koşulan bilgi ve beceriler olarak tanımlayabileceğimiz dijital teknolojilerinin yeterliliği (Reisoğlu ve Çebi, 2020, s. 1) ve hukuki süreçleri hakkında yeterli bilgiye sahip olması sağlıklı bir dijital dönüşüm sürecini sağlayacaktır. Öncelikle sosyal medya gibi sosyal ağlarda yapılan paylaşımların hangi amaçla yapıldığı bunun sonuçlarının bireyler ve kamu açısından neler olabileceği konusunda bireylerin ve kamunun farkındalık kazanması ve bu sürecin daha iyi işleyebilmesi için bireylerin ve kamunun bilgi ve becerisini geliştirmesi amaçlanmalıdır.

Şekil 2:

Dijital Yeterlilik: Dijital Çağda Dönüşüm Yolculuğu



Kaynak: (Reisoğlu ve Çebi, 2020, s. 8)

Tablo'da görüleceği üzere bilginin nasıl üretildiğini, yönetildiğini ve nasıl erişildiğini anlamayı sağlayan bilgi ve veri okuryazarlığı; farklı iletişim teknolojilerini bilme, hedef kitleye uygun iletişim teknolojisi belirlemesini sağlayan iletişim ve işbirliği; medya ve teknolojileri ile kendini ifade edebilme, dijital içeriklerin telif haklarına uygun olarak yeniden düzenlenmesi, yazılımlar geliştirilerek programla sağlayan dijital içerik geliştirme; dijital teknolojilerin riskleri hakkında bilgi sahibi olma, kişisel veri ve mahremiyetin korunması, dijital teknolojilerin fiziksel ve psikolojik sağlığa olumsuz etkilerini bilme, çevrimiçi dünyanın nasıl çalıştığına ilişkin bilgi sağlayan güvenlik; karşılaşılan teknik ve teorik problemleri çözme konusunda aktif rol alma, kullanılan dijital cihazların potansiyellerini ve risklerini bilme, dijital teknolojilerin potansiyelinin farkında olma, kullanılan dijital teknolojiler hakkında uzmanlığa sahip olmayı sağlayan problem çözme gibi beş temel yeterlilik alanını (Reisoğlu ve Çebi, 2020, ss. 8-11) benimseyen DigComp çerçevesinde dijital yeterlilik ile ilgili bireylerde ve kamuda farkındalık

oluşturulması ayrıca bireylere sosyal medya hukuku hakkında bilinç verilerek sanal ortamlarda yapılan hakaret, tehdit ve benzeri eylemlerin nasıl tespit edildiğini, hangi eylemlerin suç unsuru oluşturduğu ve bireylere karşı sanal ortamlarda bilinçli olarak oluşturulan ökse tuzağı olarak tabir edeceğim tuzaklara düşmemesi için gerek teknik ve gerekse zihinsel olarak yeterliklerini oluşturulması gerekmektedir.

Hayatımızın bu kadar içine giren bu sosyal medya platformları aracılığıyla mutlaka daha çok görünür olma, güncel ve siyasi konularda tartışmalar olmaktadır. Bu tartışmaların sadece her iki tarafın özgürce kendi düşüncesini belirttiğı, gelen yorumları doğru yönettiğı ve karşı tarafın aleyhine söylenen hukuka uygun olmayan beyanlardan oluşmaması arzu edilmektedir. Çünkü paylaşımlarımız ve iletişimimiz sosyal medya kimliğimiz belirmektedir. Her ne kadar hukuka uygun olmayacak şekilde yapılan bu beyanların hukuk sistemimizde karşılığı varsa da çalışma konumuzu da oluşturan sosyal medyanın gözüyle ökse tuzağı başlığında da anlaşılacağı üzere sosyal medya platformları aracılığı ile insanları özellikle kişilerin değerlerine yönelik bilinçli olarak olumsuz ifadeler kullanmak, hassas olduğu, konularda onları kışkırtarak adeta ökse tuzağı yaparak sosyal medya platformları üzerinden aleyhte beyanda bulunmasını teşvik etmek ve bundan bir gelir elde etme amacının olmaması gerekmektedir. Çünkü bu durumda alternatif çözüm yollarından birisi olan uzlaştırma sisteminin doğru işlemlerini engelleyecek ve kamu zararı oluşacaktır.

Sosyal medya oluşturulan bu ökse tuzaklarına karşı bireylerin ve kuruluşların bilinçli olması gerekmektedir. Her geçen gün yenisinin ortaya çıktığı dijital mecralardaki bu tür eylemlere karşı bireylerin yasal hakları iyi bilmesi ve kuruluşlarında hukuki gelişmeleri sürekli takip etmesi gerekmektedir.

4.İnternet Bağlamında Dijitalleşme

Toplumun her kesiminden farklı bireyler tarafından haberleşme, bilgi alma ve alışveriş gibi çeşitli amaçlar için kullanılan ve bu çeşitli alanların hızlanmasında etkin rol oynayan internet teknolojisi eğitimde, mühendislik uygulamalarında, savunma sanayide ve ticarete hayatımızın her alanına girmiştir (Tel ve Köksalan, 2009, ss. 262-263)

Yeni iletişim teknolojileri dendiğinde aklımıza gelen en iyi örnek çift taraflı bir iletişim uygulaması ile internettir. Bu aradaki temel amaç bilginin paylaşılması ve kullanıcıların elektronik olarak eş zamanlı ve asekson iletişim kurabilmeleridir (Satıl, 2011, s. 46)

Gençler arasında “zaman öldürücü” uğraş olarak kullanılabilen internet geniş bir kapsama alanına sahip, bilgiye erişimin en kolay olduğu, kendine özgü bir terminolojisi olan bir yoldur. Bu platformda her kullanıcı ağ üzerindeki sistemleri kullanma konusunda sorumluluklarını, kuralları (altyapı ve zaman verimli kullanma, başkalarına karşı saygı, biçimsel özen vs.) fark etmeleri önemlidir (Karduman, 2002, ss. 74-77).

Birbirine standart iletişim kuralları kullanarak, ticari ve ticari olmayan dağınık bilgisayar ağları ve telekomünikasyon hatlarıyla bağlanan topluluk olarak tanımlanan internet iletişimi verinin uygun bir yolla doğru yere varmasını sağlayan İletim Kontrol Protokolleri ve İnternet Protokolleri (TCP/IP) ile düzenlenmektedir. Gelecekte internet sayesinde farklı iletişim ortamlarının hepsi tek bir medyum üzerinde toplanacaktır (Çakır, 2000, ss. 34-37).

Yazılı metinlerle başlayan internet zamanla işitsel, video ve görsel içerikleri kapsayacak şekilde gelişmekle birlikte kullanıcılarına içerik üretimine katılma imkânı sunmuştur. İnternet sayesinde daha geniş geniş olanaklara, etkiye, özgürlüğe ve güce sahip olan izleyici aktif, hızlı ve paylaşımcı olmasının yanı sıra egoist ve yalnızdır. Sarori’nin belirttiği gibi internet pratik işlev, eğitsel kültürel işlev ve eğlenmeye yönelik işlev olmak üzere üç temel işleve ayrılmıştır (Özel, 2015, ss. 12-17-21).

İnternetin bu işlevleri sosyal medya platformlarına da yansımıştır.

5.Ökse Tuzağı ve Dijital- Sosyal Medya Platformları Tuzağı

Türk Dili Kurumu (2024) “Bir macunla bulanarak kuş tutmakta kullanılan değnek” olarak tanımlanan ökse kelimesi tuzak ile birleştiğinde avcılarının avlarını yakalamak için kullanılan bir tür avcılık taktiğine dönüşmektedir. Sosyal medya mecraları gibi dijital ortamlarda da bu tür tuzakların, sayısız örnekleri rol değiştirerek karşımıza çıkmaktadır. Çalışma konumuzu oluşturan sosyal medya mecralarında ökse tuzağı örneğine en çok karşılaştığımız bilinçli olarak karşıt görüşleri provoke eden içerikler yayarak karşı görüş ve inanıştaki insanlarla etkileşim tartışma ortamı oluşturmaları ve bu ortamda bilinçsiz ve fevri olarak yazılan hukuk dışı söylemlere, yorumlara karşı maddi manevi ceza ve tazminat davaları ile kazanç elde etme örneğini verebiliriz.

Tablo 1:*Ökse Tuzağı ve Sosyal Medya Platformlarında oluşturulan tuzakların benzerlikleri*

Ökse Tuzağı	Dijital Tuzak-Sosyal Medya Platform Tuzağı
Hayvanın doğal içgüdüğü kullanılarak yakalanması söz konusudur.	İnsanın doğal davranışlarına dayanarak teknolojik kullanımda bağımlılık oluşması bununla birlikte dijital platformlarda bilinçli zaman geçirememesi ve onu tuzağa düşürmesi söz konusudur.
Kontrol sağlanması ve avını yakalaması amaçlanmıştır	Dijital ortamlar bilgiye ve içeriği erişimi kolaylaştırdığı için kullanıcıların ilgili alanlarına ve davranışlarına uygun içerikler üretilerek onları platform da tutmak ve kontrol sağlama sürecini amaçlanmıştır.
Avcının avını manipüle etmesi ve onu tuzağa düşürmesine dayanır	Dijital platformlarda özellikle sosyal medya aracılığı ile kullanıcıların ilgisi çekilmek istenmekte ve kışkırtıcı söylemlerle onun hukuk dışı bir eylem yapması tuzağına düşürmesine dayanır.
Avcı hedefin dikkatini dağıtarak ve zamanını tüketerek tuzağa çekilmesi amaçlanmıştır	Sosyal medya platformlarında bilinçli yapılan tuzaklar ile kullanıcıların dikkati dağıtılarak zamanları tüketilmesi amaçlanmıştır.
Avcının sahte yem, yapma ağaçlar gibi çeşitli manipülatif taktikler kullanılarak hayvanların dikkati çekilmeye çalışılır.	Sosyal medya platformlarında çarpıcı, şok edici başlıklarla dikkat çekmeye ve sahte hikayelerle duygusal tepkilerini, provoke eden içeriklerle tartışmayı tetiklemeye çalışılır

Yukarıdaki tablodan da anlaşıldığı üzere doğal yaşamda haksız bir yöntem olarak yasak avlanma yöntemi olarak bilinen ökse tuzağı internet ortamında kurulan ökse tuzağı ile aynı mantığı taşımaktadır.

6.Uzlaşma:

Yargı yükünü ciddi manada azaltmak, adalet sağlayıcıların diğer suçlara karşı yoğunlaştırmak gibi ve suçtan zarar gören mağdurun zarara sebep olan fail hakkında suç duyurusunda bulunması sonrasında soruşturma veya kovuşturma sü-

reçlerinde mağdur ve failin bir araya gelerek maddi veya manevi zararın giderilmesi için hızlı ve sorunsuz bir şekilde anlaşması ile suç şikâyetinden vazgeçilmesi anlamına (Aydın, 2019, s. 49) gelen uzlaştırma süreçleri kurum olarak Adalet Bakanlığına bağlı Uzlaştırma Daire Başkanlığı tarafından yönetilmektedir.

Çalışma konumuzu oluşturan sosyal medya gözüyle ökse tuzağı ile özellikle sosyal medya mecraları kullanılarak kişilerin bilinçli olarak TCK'nun 125. ve 131. maddeleri kapsamına giren suçları işlemesi için zemin oluşturulmakta ve alternatif çözüm yollarından uzlaştırma sürecini devre koyarak toplumsal olarak manevi değerlerde zararların oluşmasına hem de kamu zararı ile maddi değerlerde zarar oluşmasına sebebiyet vermektedir.

7.Cumhuriyet Savcısının Kamu Davası Açmadaki Takdir Yetkisi:

Maddi gerçeğin ortaya çıkabilmesi için benimsenen kovuşturma ilkesinin yanı sıra Cumhuriyet savcısının yeterli şüpheyi karşılık kamu davasının açılmasını öngören mecburilik ilkesi ve bu ilkeye istisna getiren Cumhuriyet savcına kamu davası açma konusunda takdir yetkisi kullanılmaya başlanmış olup burada bir dava açılması için gerekli koşulların oluşmasının yanında kamu yararının gözetilmesi gerektiğini gözetten toplum ve fail arasındaki yararı gözetten maslahat uygunluk ilkesi benimsenmiştir. Ayrıca zamanla değişen toplum, değer yargıları ve dijital dönüşe bağlı olarak artan iş yükü, suçlu sayısında artış alternatif uyumsuzluk çözüm yolları aranmaya başlanmıştır (Biçer, 2021)

8.Sosyal Medya ve Dijital Sorumluluk Kavramı:

Yeni iletişim sistemlerinin ve çalışma yöntemlerinin gelişmesinde önemli bir yere sahip olan teknolojik gelişmeler sadece bireyler üzerinde değil kuruluşlar üzerinde de etkili olmuştur. Gelişen teknolojik yeniliklere bağlı olarak kurumların sorumlulukları artmış olup; sadece dokümanların bilgisayara aktarılması olarak değil de toplumda yeni fırsatlar yaratarak dünyadaki tüm bölgelerin değişmesine (Akarcın, 2023, s. 48) imkan sunan dijitalleşme sürecinde bazı küresel kurumlar ortaya çıkan kayıplarını önlemek amacıyla bir dizi süreç yönetim sistemleri ve ilkeler geliştirmiştir. Son yıllarda gelişen teknolojiye bağlı olarak yeni dijital aktörler ve çıkar gruplar ortaya çıkmış olup kurumlarda; dijitalleşme ile oluşan tehditlere karşı duyarlı olmak, etik kurallara uygun dijital etik faaliyetlerin yapılması ve topluma karşı olan yükümlülüklerini dijital bağlamda yerine getirmek amacıyla kurumsal dijital sorumlular kavramı gelişmiştir (Acar, 2024, ss. 497-529). Çalışmamızın konusunu oluşturan internetin sağladığı en yaygın kullanılan kaynaklardan olan (Akarcın, 2023, s. 50), sosyal medya gözüyle ökse tuzağı da bir nevi dijital dünyada etik kavramı ve insani değerlerle yakından ilişkilidir. Şöyle ki sosyal medya da yapılan davranışlara dijital ortamlar zemin hazırlar

onun için de hayatımızın her alanına giren dijitalleşmeyi sorumluluk sahibi ve etik bir şekilde topluma aktarır, sosyal medya yaşanan hukuk dışı eylemleri hakkında toplumu bilgilendirip eğitebilirsek tüm sosyal ağlarda bu bilinç oluşur ve sosyal medya ortamlarında oluşturulan ökse tuzaklarına karşı toplumuzu bilinçlendirmiş oluruz.

Düşünme, yönetme ve çalışmanın kaçınılmaz olduğu bilgi çağı ya da dijital çağ olarak nitelendirdiğimiz çağımızda bilişim teknolojilerinin internet ile yaygınlaşması ile dijitalleşme süreci dördüncü endüstri devriminde olduğu gibi dönüşüm sürecine zemin hazırlamıştır (Gürbüz, 2018, ss. 71-72).

Kuruluşların iş yapma şekillerini etkileyen dijital dönüşüm; kuruluşların iş mantığını ve değer yaratma sürecini değiştirmekte olup; hizmetlerin daha hızlı ve verimli yapılmasına katkı sağlamaktadır (Yeşilkuş ve Özbozkurt, 2024, s. 82). Bu süreç endüstri 4.0 olarak bilinen dördünü sanayi devriminin getirdiği ileri teknoloji ile büyük bir ivme kazanmıştır (Yeşiltaş ve Artar, 2021, s. 43).

İyi niyetli insanlar kadar kötü niyetli insanların bulunduğu dijital-sanal bir ortam olan sosyal medya kullanıcısının 4,55 milyar insanı bulduğu dünyamızda geleneksel medya karşısında pasif konumda olan birey dijital sosyal medya ile aktif kullanıcı haline gelmiştir (Özer ve Kartal, 2023, s. 1611). İnternet teknolojisinin gelişmesiyle birlikte daha aktif sosyal medya kullanırken oluşabilecek ökse tuzağı gibi bilinçli yapılan içeriklere karşı bireylere karşı eğitimler düzenlenmeleri, çevrimiçi davranışların hangilerinin suç unsuru oluşturduğu hakkında farkındalık kazanılmalı, yeterli düzeyde dijital okuryazarlık becerilerinin sağlanması, bireylerin dijital teknolojileri kendi öğrenme becerilerini sağlaması gerekmektedir.

OFCOM (2018) tarafından yapılan hazırlanan “Çocuklar ve Ebeveynler: Medya Kullanımı ve Tutumlar” raporunda da belirtildiği üzere teknoloji kullanımı 3-4 yaşa inerken 5-7 yaş grubu çocukların %42’sinin kendine ait bir cihazının olduğu vurgulanmıştır. Tapscott (1998) “internet nesli” ve Prensky’nin (2001) “dijital yerliler” kavramlarını ortaya atmalarından sonra teknoloji kullanımı yaşının giderek daha da aşağı inmesi ile yaygınlaşan görüş, teknoloji ile büyüyen ve sürekli teknoloji ile iç içe olan gençlerin bilgi ve iletişim teknolojilerine hakim oldukları ve bu teknolojileri iyi düzeyde kullandıkları şeklindedir. Ancak bilinenin aksine, teknoloji ile iç içe büyüyen yeni nesil teknolojiden yeteri kadar faydalanmamaktadır (Mutlu, 2020, s. 446). Bu durum gençlerin sosyal medya da ökse tuzağı olarak nitelendirdiğimiz tuzaklara düşmesinden de anlayabiliriz.

Özellikle 2000’li yılların ilk çeyreğinde endüstri toplumundan bilgi toplumuna doğru hızlı bir evrim meydana gelmiş olup; bu dijitalleşme yolunda sosyal

medyada bir konu hakkında tartıřarak dūřūncelerini, gōrūřlerini paylařabilme (Karaviran, 2024, s. 8), internet baēlantılı akıllı cihazlarla ve bilgisayarlar ūzerinden hızlı iletiřim kurabilmek gibi deēiřimler bireylerin ve kuruluřların gerek çalıřma řartları ve gerekse alışkanlıkları ūzerinde önemli etkileri olmuřtur (Karacıorlu, 2021, ss. 163-176).

İnternet dediēimiz o būyūk aē sistemi dūnyanın her yerine yayılmıřtır. Bu sūreçte tūm iř yapıř řekilleri ve sūreçleri bambařka bir hal almıřtır (Dilmen, 2018, s. 24). Etkileřimli iletiřim imkânı sunan internet bireylerin seēim ve ūzgūrlūk alanlarını geniřletme birlikte kiřiiler arasında yař, cinsiyet, ırk, mesafe gibi birçok unsuru ortadan kaldırmaktadır (Dilmen, 2018, s. 38).

9.Sosyal Aē Kavramı ve Sosyal Paylaşım Siteleri

İnsanlar arasında baēlantıları ve bu baēlantıların gūcūnū temsil eden sosyal aēlar birbiriyle doērudan veya dolaylı olarak etkileřim halinde olan kiřiilerce oluřturulmuřtur. Geleneksel anlam da yūz yūze eēitimden daha kolay kabul edilen internetteki sosyal aēlar sık sık gōrūřūlen ve daha iyi tanıdığımız kiřiilerden oluřan gerçek yařamdaki sosyal aēımızdan farklı olarak çok iyi tanınmayan kiřiileri aē olarak kabul etmek daha kolay olmaktadır (Satıl, 2011, s. 49)

İnsanların, kitle iletiřim araçlarını kullanırken gerek vakit geçirme, gerek gūnlūk sorunlardan kaçma ve gerekse bilgi amaçlı kullanma ihtiyaçları kullanımlar ve doyumlar yaklařımında da belirtildiēi ūzere deēiřiklikler gōstermektedir (Ūzel, 2015, s. 10)

10.Kişilik Hakları

Daha çok kullanıcılar ve hizmet saēlayıcılar dıřında ūçūncū řahıřlar arasında gerçekteřen kiřilik hakkı ihlalleri hakaret, tehdit, ūzel hayatın gizliliēi gibi sosyal medya platformlarında yapılan paylařımlarla olmakla birlikte, sosyal medya platformlarında kiřiisel verilerin ele geçirilmesi gibi gūvenlik sorunları nedeniyle ihlaller ve yine sosyal medya platformlarında kullanıcılara ait ūyelik ve profil bilgilerinin izinsiz ūçūncū kiřiiler tarafından ele geçirilmesi gibi biliřim suçları nedeniyle ihlallerden oluřmaktadır (Kırık ve Bulut, 2018, ss. 327-332).

11.İfade Ūzgūrlūēi:

İfade kavramının temeli, İnsanı insan yapan dūřūnmek eyleminden oluřmaktadır. Kiřiiler oluřturduēu dūřūncelerini ve iç duygularını çeřitli semboller ve formlarla dıř dūnyaya yansıtmaktadır. Bireyin iç duygularının dıřa vurumu olarak tanımlayabileceğimiz ifade haberleřme amacıyla kullanıldıēında gōnderici ve alıcı arasında gerçekteřmektedir. Dūřūncenin diēer bir ifade biçimi ise sembol-

lerdir. Birbiri ile yakın ilişki içerisinde olan hak ve hürriyet kavramları değerlendirildiğinde, kişilerin hukuk düzeni tarafından korunan menfaatlerine hak denir; bir şeyi yapma veya yapmama, belli bir şekilde davranıp davranmama erkine hürriyet tanımı yapılmaktadır. Yine hürriyet kişinin kendi fiili ile gerçekleşirken hakkın gerçekleşmesi için başkalarının veya devletin hak sahibi lehine edimde bulunması gerekir. Bir düşünce, duygu, inanç, kanaat, tutumun barışçıl yolla açığa vurulması anlamına gelen ifade özgürlüğünün yerine düşünce özgürlüğü, iletişim özgürlüğü, düşünceleri açıklama özgürlüğü gibi terimler kullanılmaktadır (Aka, 2023 , ss. 21-25)

Anayasa Mahkemesi söz konusu kararında “İfade özgürlüğü, insanın serbestçe haber ve bilgilere, başkalarının fikirlerine ulaşabilmesi, edindiği düşünce ve kanaatlerden dolayı kınanamaması ve bunları tek başına veya başkalarıyla birlikte çeşitli yollarla serbestçe ifade edebilmesi, anlatabilmesi, savunabilmesi, başkalarına aktarabilmesi ve yayabilmesi anlamına gelir.” şeklinde tanımlamıştır (Türkiye Cumhuriyeti Anayasa Mahkemesi, 2024)

Temel bir insan hakkı olan ifade özgürlüğü Birleşmiş Milletler Şartında belirtildiği üzere dünyanın her yerinde kullanılabilir bu süreçte özellikle medya çalışanları ifade özgürlüğüne sahip olabilmek için var güçleriyle çalışırlar (Afghan, 2021, ss. 2653-2666)

İletişimi bir hak olarak tanımlayan iletişim hakkı farklı görüş ve anlamların paylaşılmasına imkân sağlamakla birlikte ifade özgürlüğünü, anonim iletişim hakkını, özel hayata saygı hakkını ve karar alma süreçlerine katılımı içeren içermektedir. Temel bir insan hakkı olarak iletişim önemi İnsan Hakları Evrensel Bildirgesinin 19. Maddesinde:

“Herkes düşünce ve ifade özgürlüğüne sahiptir. Bu hak, bir müdahale olmaksızın bilgi ve fikirleri arama, alma ve yayma özgürlüğünü içerir.” belirtilmiştir. Anayasal demokrasilerin temel taşlarından birisi olan ifade özgürlüğü Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi’nin 10. maddesinde *“Herkesin ifade özgürlüğü hakkı vardır. Bu hak, kanaat özgürlüğü ile kamu otoritelerinin müdahalesi ve ülke sınırları söz konusu olmaksızın haber veya fikir alma ve verme özgürlüğünü de içerir. Bu madde, devletlerin, radyo, televizyon ve sinema işletmelerini bir izin rejimine bağlı tutmalarına engel değildir”* ibaresiyle belirtilmiştir. Sosyal ağlar sayesinde bireyler kendilerini rahatça ifade edebilmekte, yaratıcılığını geliştirmekte ve kendilerini tanımlayabilmektedirler (Şen ve Şen, 2015, ss. 122-133)

Demokratik toplumların olmazsa olması olan ifade özgürlüğünü bazı yazarlar her türlü bilgi ve fikre ulaşma, ulaşılan fikirler hakkında tercih yapma imkânı tanıyan geniş bir süreç olarak tanımlamışlardır. Sadece söylem ya da yazılı ifade

ile değil bir resim bir heykel bir topluluk kurmak gibi eylemlerde ifade özgürlüğünü kapsar. Bir ülkenin gerek anayasasında ve gerekse tüm mevzuatlarında ifade özgürlüğü güvence altına alınmışsa o zaman o ülkede ifade özgürlüğünden bahsedebiliriz. Sadece iç hukuk kuralları ile değil Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin 10. ve 17. maddelerinde olduğu gibi uluslararası sözleşmelerle de ifade özgürlüğü güvence altına alınmıştır. İnternetin bağımsız ve yöneticisiz bir yapısı olması sebebiyle ifade özgürlüğünün en etkin şekilde kullanıldığı bir mecra halini almıştır. Ülkemiz özelinde 5651 sayılı İnternet Ortamında Yapılan Yayınların Düzenlenmesi ve Bu Yayınlar Yoluyla İşlenen Suçlarla Mücadele Edilmesi Hakkında Kanun'un 8. maddesinde belirtilen katalog suçlardan birinin varlığı halinde yeterli şüphe oluşması, yer sağlayıcı ve/veya içerik sağlayıcının yurt dışında bulunması halinde hakim onayı olmaksızın erişimin engellenmesi kararının BTK'nın verebilmesi ve yine kanuna sonradan eklenen 8/A maddesinde "*gecikmesinde sakınca bulunan hallerde içeriğin çıkarılması veya erişimin engellenmesi*" durumu düzenlenmiştir (Kırık ve Bulut, 2018, ss. 324-327)

Demokratik-Liberal bir toplum için olmazsa olmaz bir hak olan ifade özgürlüğü gerek AIHS'nin 9 maddesinde gerekse Anayasamızın 25. maddesinde güvence altına alınmıştır. İfade özgürlüğünün temelinde kişinin dış dünyadan özgürce haber alabilme, aldığı haberlerle kanaat oluşturma oluşturduğu bu kanaat den dolayı kınanmama özgürlüğü ve son olarak da bu kanaati meşru yollardan dış dünyaya aktarabilme özgürlüğü olmak üzere üç unsurdan oluşmaktadır. AYM'ye göre düşünceler dış dünyaya aktarıldığı andan itibaren düşünce özgürlüğü kapsamından çıkarak ifade özgürlüğü alanına girdiğini söyleyebiliriz (Pir, 2022, ss. 7-10) .

Ayrıca Mill'e (2009) göre; ifade özgürlüğü mutlaklıktır, hem devletin hem de toplum tarafından "*Birincisi; herhangi bir düşünce susmaya mecbur edilirse; bu düşünce, bizim kesin olarak bilebileceğimiz şeylere rağmen, doğru olabilir. Bunu kabul etmemek yanılmaz olduğumuzu zannetmektir. (...) İkincisi; susturulan düşünce yanlış dahi olsa, bunda bir kısım hakikatlerin bulunması mümkündür. Nitekim pek çok defa da bulunmuştur. Yani herhangi bir konuda ortak genel düşünce veya üstün gelen düşünce nadiren hakikatin tamamı olabilir ya da hiçbir zaman olamaz. O halde hakikatin geriye kalan kısmının tamamlanması ihtimali ancak karşıt düşüncelerin çarpışması yoluyla gerçekleşir. (...) Üçüncüsü; doğruluğu inkâr edilemez kabul edilen düşünce yalnız doğru değil, aynı zamanda gerçeğin bütünü bile olsa, o düşünceye kuvvetle ve ciddi olarak itiraz edilmesine katlanılması gerekir ve hatta bilfiil itiraz edilmelidir. Aksi halde, onu değişmez bir hakikat diye anlayanların çoğunca, gerçek sebepleri pek az anlaşılabilir ve hissedilerek düşünceye bir peşin hüküm tarzında inanılır. (...) Dördün-*

cüsü; asıl doktrinin kendi anlamını kaybetmesi, zayıflaması ve insan karakteri ile hareket tarzı üzerindeki hayatı etkisini yitirme tehlikesi vardır. Dogma, bütünüyle etkisiz, gereksiz yer işgal eden fakat herhangi hakiki ve yürekte duyulan bir kanaatin akıl veya kişisel tecrübe yolunda açığa çıkmasını yasaklayan, sadece görünüşte bir kabul halini alır". Ancak Milli ifade özgürlüğünün başkasına zarar verebilecek bir eyleme dönüştüğünde sınırlanabileceğinden bahsetmiştir.

Sınırsız, zengin yapısı sayesinde ileti ve bilgilerin birçok insana ulaşmasına imkan tanıyan sosyal medya kapsamına gerek sosyal ağlar, gerek sohbet siteleri, forumlar ve gerekse internet siteleri girmektedir. Sosyal medyanın hukuk sistemi ve devletlerin ceza yasaları ile geniş kapsamlı ilişkileri göz önüne alındığında ifade özgürlüğü bağlamında olumsuz olarak sosyal medyada gündeme gelen haberler ifade özgürlüğü alanında işlenen suçlardır (Aka, 2023 , ss. 40-41) Ökse tuzağı kullanan fenomenlerin ifade özgürlüğü kapsamında kalan paylaşımlara karşı da savcılıklara müracaat ettikleri bilinen bir gerçektir. Anılan şekilde lekelenmemeye hakları ihlal edilenlerin yasal yoldan haklarını aramaları ve fenomenlere karşı yasal süreç takip etmeleri bilinçlenmeleri, diğer kullanıcıların sanal ortamda görünmez olmadıklarını söyledikleri sözlerin suç unsuru taşımamasına dikkat etmeleri konusunda eğitilmeleri sosyal devlet ilkesi kapsamında yerinde olacaktır.

Sonuç

Dijital dönüşüm veya dördüncü sanayi devrimi olarak ifade edilen baş döndürücü şekilde gerçekleşen teknolojik gelişmeler bireylerin ve kuruluşların içinde bulunduğu ortamı ve faaliyetleri önemli ölçüde etkilemektedir (Kardeş vd., 2022, s. 1).

İnovasyonun meyvesi olarak ortaya çıkan sosyal medya ortak bir yaşamın inşa edilebilmesine, ürün farklılaşması ve yeni rekabet biçimlerinin doğmasına, sanayileşme sürecinde yeniliklerin üretilmesine olanak sağlamıştır (Temelli ve Kes-tane, 2022, s. 76).

Kaçınılmaz bir süreç olan dijitalleşme ile (Tarı vd., 2020, s. 112), kurumlar varlıklarını gerçekleştirebilirler şöyle ki dijitalleşmemiş bir kurumu kimsenin konuşmadığı bir dille kendini tanıtmaya çalışan kişiye benzetebiliriz. Kuruluşlar dijitalleşme ile hata yapma riskini azaltacak, kendi imajı ve müşteriler tarafından nasıl algılandığı konusunda farklılaşma sürecine girecek, çalışanlara daha çok değer katmasını sağlayacak, fiziki emeği minimum düzeye indirecek, işten yana stres azalacak, takipçilerle ve müşterilerle olan ilişkilerde daha açık-yönetilebilir hale gelecektir (Tarı vd., 2020, ss. 1-7).

Dijitalleşmeye sürecine uyum sağlayabilmek için bireylerden ve kuruluşlardan dijital okur yazarlık, yaratıcılık, eleştirel düşünce, karmaşık problem çözme gibi gerekli eğitim olanaklarına sahip olmaları ve becerilerini geliştirilmeleri büyük önem taşımaktadır (Yeşiltaş ve Artar, 2021, s. 50).

Bilişim ve iletişim teknolojilerinin her geçen gün geliştiği ve bu teknolojiler ile bilgiye her yerde ulaşılacak araçların yaygınlaştığını değerlendirdiğimizde (Çubukçu ve Bayzan, 2013, s. 148), dijitalleşmeyle bütünleştiğimiz sosyal medya platformlarını kullanırken birtakım unsurlara dikkate etmeliyiz; gezinirken her an dikkatli olunmalı özellikle içeriklerin ve paylaşımların doğru olup olmadığını tam araştırmadan bilinçsizce yorumlar yapılmamalı, karşı tarafa hakaret içeren ifadelerden kaçınılmalı, başka bir kullanıcının paylaştığı içeriğe hakaret içeren yorumlar, görseller, grafikler yapılması her ne kadar yorumu yapan kişiyi bağlasa da o kişinin onurunu zedeleyecek onu aşağılayacak, onu toplumda küçük düşürücü yorumları destekler ifadelerden kaçınılmalıdır.

Sosyal medyada kişilerin tepkisini çekecek paylaşımlar yapılarak bir nevi ökse tuzağı olarak bireyler suç işlemeye provoke edilmektedirler. Sonucunda vatandaşlar ve kuruluşlar maddi manevi zarar görmektedirler. Bunun için sağlıklı internet kullanımı bilincinin oluşturulması ve bundan ders çıkararak sosyal medyada her geçen gün artan bu tuzaklara karşı hızlı ve kolay şekilde çözümler üretme becerisi bireylerde oluşturmak bu süreçte sadece bireylerin becerisinin yetmediğinin kuruluşlarında art niyetli ve bilinçli yapılan bu tür tuzaklara karşı etkin yaptırım uygulaması beklenmektedir. Böylece toplumda bu tür tuzakların anlaşılma yeterliliğinin öğrenilmesi ve geliştirilmesi sağlanacaktır. Ayrıca kuruluşlarda alacakları önlemlerle art niyetli kişilerin alternatif çözüm yolu olarak nitelendirdiğimiz devletin Uzlaştırma Daire Başkanlığınca vatandaşlarına sunduğu hizmeti bilinçli ve gelir elde etmek amacıyla kullanan kişilere karşı gerekli yasal işlemleri başlatması hedeflenmektedir.

Kaynaklar

- Acar, S. (2024, Şubat 16). Dijitalleşme ve kurumsal dijital sorumluluk kavramı: Güncel örneklerle yönelik bir inceleme. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 497-529.
- Acay, F. (2021, Ocak 6). Sosyal medya aracılığıyla hakaret suçu ve suçun tespitine ilişkin uygulamalar. *İstanbul Aydın Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 71-140.
- Afghan, S. K. (2021). Afganistan'da basın özgürlüğünün gelişi ve gazetecilerin bakış açısından medyada düşünce ve ifade özgürlüğü. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*.
- Aka, K. T. (2023). Sosyal medyada ifade özgürlüğü bağlamında işlenen suçlar [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi.
- Akarcan, M. (2023, Ocak 31). Dijital medya bağımlılığının getirdiği sorunlar ve çözüm önerileri. *Black Sea Journal of Public and Social Science*, 47-54.
- Akyazı, A. (2021). Yazılı basında bilim haberlerinin sunumu: İnternet gazeteleri ve gazetelerin sosyal medya hesapları üzerine bir araştırma: Bilim iletişimi toplumsal etkileşim ve dijital dönüşüm (ss. 157-173). Siyasal Kitabevi.
- Aydın, N. (2019). Sosyal medya aracılığı ile hakaret suçu işlenmesi [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Biçer, E. (2021, Nisan). Cumhuriyet savcısının kamu davası açmada takdir yetkisi [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Çankaya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bushman, B. J. ve Anderson, C. A. (2002). Violent video games and hostile expectations: A test of the general aggression model. *Personality and Social Psychology Bulletin*, ss. 1678-1686.
- Büyüksulu, A. R. (2018). Dijital dönüşüm: (1). Der Kitabevi.
- Cantekin, Ö. F. ve Gökler, R. (2020). Dijital dönüşüm çağında siber zorbalık: Dijital dönüşüm ekonomik ve toplumsal boyutlarıyla (ss. 239-279). İ. E. Çelik (Ed.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Cengiz, S. (2023). İşletmelerde dijital dönüşüm sürecinin muhasebe denetimine entegrasyonu: İşletmelerde dijital dönüşüm (s. 277-287). G. Kosa ve M. E. Karabayır (Ed.). Ankara: Gazi Kitabevi.
- Çakır, V. (2000). Yeni iletişim teknolojilerinin reklam üzerine etkileri [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çelik, İ. E. (2020). Dijital dönüşüm ekonomik ve toplumsal boyutlarıyla: Dijital dönüşüm ekonomik ve toplumsal boyutlarıyla. İ. E. Çelik (Ed.) (s. 1). Gazi Kitabevi.
- Çubukçu, A. ve Bayzan, Ş. (2013). Türkiye'de dijital vatandaşlık algısı ve bu algıyı internetin bilinçli, güvenli ve etkin kullanımı ile artırma yöntemleri. *Middle Eastern & African Journal of Educational Research*, 148-174.

- Dilmen, N. E. (2018). Gözetimin sosyal medya hali. *Dijimorfoz*. S. Ögüt ve N. E. Dilmen (Ed.) (ss. 16-39). Ezgi Matbaacılık San. Tiç. Ltd. Şti.
- Gün Çıngı, T. ve Suğur, N. (2020). Korku, duyarsızlaşma ve eleştirel okuma: Terör mağdurlarının gözünden medyada terör. *Journal of Economy Culture and Society*, ss. 47-63.
- Gürbüz, T. (2018, Haziran). Dijital dönüşüm sürecinde eğitim ve öğrenme. *İktisad ve Toplum Dergisi*, 71-73.
- Habiboğlu, Ö. (2021). Turizm sektöründe sosyal medya pazarlaması. *Turizm Pazarlamasında Dijital Dönüşüm*. O. Özdemir (Ed.) (ss. 119-140). Gazi Kitabevi.
- Horasan, E. (2023). Dijitalleşme çağında yönetim muhasebesi sistemi. *İşletmelerde Dijital Dönüşüm*. G. Kosa ve M. E. Karabayır (Ed.) (ss. 245-258). Gazi Kitabevi.
- Karabacak, Z. İ. ve Sezgin, A. A. (2019, Haziran). Türkiye'de dijital dönüşüm ve dijital okuryazarlık. *Türk İdari Dergisi*, 319-343.
- Karabayır, M. E. ve Karalı, M. (2023). Dijitalleşme sürecinde işletmelerde finansal teknolojiler. *İşletmelerde Dijital Dönüşüm*. G. Kosa ve M. E. Karabayır (Ed.) (ss. 225-244). Gazi Kitabevi.
- Karaçorlu, A. (2021, Mayıs 20). Türk kamu yönetim sisteminde dijital dönüşüm. *Medeniyet Araştırmaları Dergisi*, 163-178.
- Karaduman, M. (2002). Değişen iletişim ortamı: Yeni medya ve internet gazeteciliği [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Karaman, S. ve Aydın, M. (2020). Dijital dönüşüm. *Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm*. Y. S. Karaman (Ed.) (ss. 4-17). Pegem Akademi.
- Karaviran, C. (2024). Gelenekselden dijitale imgenin dönüşümü: NFT sanatı üzerine netnografik bir analiz [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kardeş, A. vd. (2022). Dijital dönüşüm ve değişimde denetimde yeni trendler. Gazi Kitabevi.
- Kırık, A. M. ve Bulut, A. (2018). Sosyal medyada hak ve özgürlüklerin kullanımı ve sınırlandırılması: "İletişim hukuku açısından bir inceleme". *The Journal of Academic Social Science Studies*, 321-340.
- Köksal, Y. ve Özdemir, Ş. (2013). Bir iletişim aracı olarak sosyal medyanın tutundurma karması içerisindeki yeri üzerine bir inceleme. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 323-337.
- Kul, S. ve Gezen, M. (2020). Dijitalleşmenin değerlendirilmesi. *Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm*. S. Karaman (Ed.) (ss. 172-183). Pegem Akademi.
- Mill, J. S. (2009). Hürriyet Üstüne. (M. O. Dostel, Çev.) Liberte Yayınevi.

- Mutlu, T. (2020). Dijital çağda problem çözme. *Dijital Yeterlik: Dijital Çağda Dönüşüm Yolculuğu*. A. Çebi (Ed.) (ss. 445-463). Pegem Akademi.
- Özel, S. (2015). Yeni medya çağında televizyon. Der Kitabevi.
- Özer, M. A. ve Kartal, M. (2023). Eylem ve katılım ilişkisi açısından siyasal iletişim, dijital propaganda ve sosyal medya. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1593-1619.
- Pala, C. (2017). Medya okuryazarlığı: Kavramlar ve kuramlar [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Pir, A. E. (2022). Türkiye'de internet ve sosyal medyaya ilişkin düzenlemelerin kamusal alana etkisi: İfade özgürlüğü bağlamında bir değerlendirme [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Reisoğlu, İ. ve Çebi, A. (2020). Dijital yeterlik ve kurumsal çerçeveler. *Dijital Yeterlik: Dijital Çağda Dönüşüm Yolculuğu*. A. Çebi (Ed.) (ss. 1-16). Pegem Akademi.
- Samsa, Ç. (2023). İşletmelerde dijital pazarlama uygulamaları. *İşletmelerde Dijital Dönüşüm*. G. Kosa ve M. E. Karabayır (Ed.) (ss. 165-187). Gazi Kitabevi.
- Satıl, E. (2011). Yeni medya ve sosyalleşme [Yayınlanmamış yüksek lisans tezi]. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Soncu, A. G. ve Aydoğan Kılıç, T. (2020). Risk toplumu kuramı bağlamında yeni medya teknolojileri: *Black Mirror - Men Against Fire* bölüm incelemesi. *Dijital Dönüşüm Ekonomik ve Toplumsal Boyutlarıyla*. İ. Ç. Çelik (Ed.) (ss. 239-279). Gazi Kitabevi.
- Şen, A. F. ve Şen, Y. F. (2015). Sosyal medya, iletişim hakkı ve ifade özgürlüğü üzerine bir değerlendirme. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 122-136.
- Tarı Kasnakoğlu, B. ve Kalender, Y. (2020). KOBİ'ler için dijital dönüşüm. Gazi Kitabevi.
- Taşlıbeyaz, E. ve Bayrak Karslı, M. (2020). Uyarlanabilir öğrenme ortamları. *Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm*. S. Karaman (Ed.) (ss. 262-279). Pegem Yayıncılık.
- Tel, M. ve Köksalan, B. (2009). Günümüzde yeni bir boş zaman aktivitesi olarak internet: Öğretim üyeleri örneği. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 262-272.
- Temelli, F. ve Kestane, A. (2022). Endüstri 4.0 ve inovasyonun muhasebe denetimi üzerindeki etkisi. *Dijital Dönüşüm ve Değişimde Denetimde Yeni Trendler*. S. Kardeş Selimoğlu ve Y. Ersoy (Ed.) (ss. 75-90). Gazi Kitabevi.
- Topcu, M. (2020). Endüstriyel ekonomiden dijital ekonomiye dönüşüm. *Dijital Dönüşüm Ekonomik ve Toplumsal Boyutlarıyla*. İ. E. Çelik (Ed.) (ss. 3-41). Gazi Kitabevi.
- Turgut, Y. E., Aslan, A. ve Kurşun, E. (2020). Dijital dönüşüm ve açık bilim. *Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm*. S. Karaman (Ed.) (ss. 92-106). Pegem Akademi.

- Turska-Kawa, A. (2011). The (dis) alienating function of the media: The role of mass media in building a civil society. *Psychology of Language and Communication*, 175-201.
- Türk Dil Kurumu. (2024, Nisan 19). Türk Dil Kurumu. *Türk Dil Kurumu Sözlükleri*: <https://sozluk.gov.tr/>
- Türkiye Cumhuriyeti Anayasa Mahkemesi. (2024). Türkiye Cumhuriyeti Anayasa Mahkemesi. *İfade özgürlüğüne dair emsal kararlar*: <https://www.anayasa.gov.tr/tr/bireysel-basvuru/temel-hak-ve-ozgurluklerin-ihlaline-dair-em-sal-kararlar/ifade-ozgurlugune-dair-emsal-kararlar/>
- Villant, S. (2001). Impact of media on children and adolescents: A 10-year review of the research. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, 392-401.
- Yeşilkuş, F. ve Özbozkurt, O. B. (2024). Dijital liderlik üzerine gerçekleştirilen yüksek lisans ve doktora tezleri üzerine bir araştırma. *Business Economics & Management Research Journal*, 80-92.
- Yeşiltaş, C. ve Artar, O. (2021, Mart 15). Ekonomideki dijital dönüşüm ve istihdam üzerindeki etkisi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Working Paper Series*, 43-52.
- Yıldırım, S. ve Taş, N. (2020). Uzaktan öğrenme ve ilgili araştırmalar. *Yükseköğretimde Dijital Dönüşüm*. S. Karaman (Ed.) (ss. 228-232). Pegem Akademi.



BÖLÜM 2

Ebeveyn İletişiminde Okul-Aile İşbirliğinin Güçlendirilmesi ve Medyanın Rolü

Taylan Maral¹

¹ Doç. Dr., İstanbul Gelişim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, Yeni Medya ve İletişim Bölümü, ORCID: 0000-0003-4508-4001

Giriş

Eğitim, bireylerin yaşamlarında önemli bir rol oynayan temel bir unsurdur. Eğitim sürecinin başarılı olması, yalnızca okulda alınan derslerle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda eğitim alanındaki diğer paydaşlarla etkili bir işbirliği ve iletişim gerektirir. Bu paydaşlardan en önemlilerinden biri ebeveynlerdir. Çocukların ilk öğretmenleri olarak kabul edilen ebeveynler, çocukların eğitimine büyük katkı sağlarken, okul ile kurdukları işbirliği çocukların gelişiminde kritik bir rol oynar. Ebeveynlerin okul ile etkileşimi, yalnızca evde öğrenme ortamını desteklemekle kalmaz, aynı zamanda okuldaki öğrenme deneyimini de doğrudan etkiler.

Ebeveynlerle okul arasındaki güçlü bir iletişim ve işbirliği, çocukların akademik başarısını artırmanın yanı sıra onların sosyal ve duygusal gelişimlerini olumlu yönde etkiler. Araştırmalar, ebeveynlerin okul ile yakın işbirliği içinde olmalarının, çocukların derslerde daha başarılı olmaları ve okul ortamında daha motive olmalarıyla ilişkili olduğunu göstermektedir. Ebeveynlerin okulun eğitim hedefleri ve beklentileri hakkında bilgi sahibi olmaları, çocukların öğrenme süreçlerine daha fazla katkı sağlamalarına ve okulun öğretim stratejilerine uyum göstermelerine olanak tanır. Bu etkileşim, yalnızca çocukların akademik performansını değil, aynı zamanda okul ortamındaki davranış ve disiplin sorunlarını azaltarak öğrenme ortamını genel olarak olumlu etkiler. Ancak, ebeveynlerle okul arasındaki etkili iletişim ve işbirliğini sağlamak bazı zorlukları da beraberinde getirmektedir. Bu zorlukların başında iletişim eksikliği gelir. Ebeveynler ve okul arasındaki iletişim kanallarının yetersiz olması, ebeveynlerin çocuklarının eğitimine ilişkin endişe ve beklentilerini ifade etmelerini zorlaştırır. Ayrıca, iş, aile ve diğer taahhütlerden kaynaklanan zaman kısıtlamaları, günümüz ebeveynlerinin okulla düzenli bir şekilde iletişim kurmasını ve etkin bir katılım sağlamasını engelleyebilir.

Bu noktada medya, ebeveynlerin eğitim süreçleriyle ilgili bilgilere ulaşmalarını kolaylaştırmak ve okul-aile işbirliğini güçlendirmek açısından önemli bir araç olarak ortaya çıkar. Geleneksel ve dijital medya kanalları aracılığıyla, okulların eğitim hedefleri, müfredat bilgileri, etkinlik duyuruları ve veli katılım programları geniş kitlelere hızla ulaştırılabilir. Özellikle sosyal medya, ebeveynlerin okullar ile hızlı ve etkili bir şekilde iletişim kurmalarını sağlamakta ve bilgiye erişimlerini artırmaktadır. Medyanın etkili kullanımı sayesinde, okul ve ebeveynler arasındaki iletişim kanalları daha erişilebilir hale gelmekte ve ebeveynlerin eğitim sürecine daha fazla dahil olması mümkün olmaktadır. Bu çalışma, ebeveyn iletişiminin güçlendirilmesi ve okul-aile işbirliğinin önemini vurgulamakta; bu alanda medya kanallarının nasıl kullanılabileceğine dair temel kavramları, sorunları ve çözümleri ele almaktadır. Medyanın okul-aile işbirliğinde oynadığı rolü

inceleyen bu çalışma, okul yöneticileri, eğitimciler ve diğer eğitim paydaşları için ebeveynlerle etkili iletişim ve işbirliğini artırmanın yollarını gösteren stratejik öneriler sunmaktadır.

Ebeveynlerle Etkili İletişim Stratejileri

Ebeveynlerle etkili iletişim, çocukların eğitim sürecinde önemli bir rol oynar ve bu iletişim, çocuğun akademik başarısını ve genel gelişimini etkileyebilir. Genel iletişimi pozitif olan öğrenci, gerek ebeveyn ile ilişkisinde gerek okul ile ilişkisinde ve gerekse sosyal yaşantısında bu pozitif tutumunu koruma eğilimde olur. Bunu yapabilmek için belirli stratejiler geliştirilmiştir. Bu alanda yapılan araştırmaların ortaya koyduğu neticeye göre genel kabul görmüş stratejik unsurlar şöyle sıralanabilir:

- *Açık ve Düzenli İletişim Kurma:* Ebeveynlerle okul arasındaki iletişimin temeli, açık ve düzenli iletişimdir. Okul yöneticileri ve eğitimciler, ebeveynlerle düzenli olarak iletişim kurmalı ve ebeveynlerin okul ile ilgili haberleri ve bilgileri zamanında almasını sağlamalıdır. Bu, ebeveynlerin okulun güncel etkinlikleri, ödevler ve öğrenci ilerlemesi hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlar (Johnson, 2019).

- *İletişim Kanallarının Çeşitlendirilmesi:* Her ebeveyn farklı iletişim tercihlerine sahip olabilir. Bu nedenle, okulların iletişim kanallarını çeşitlendirmesi önemlidir. Hem geleneksel (mektuplar, broşürler vb.) hem de modern (e-posta, web siteleri, sosyal medya vb.) iletişim araçları kullanılmalıdır. Bu, ebeveynlerin iletişim tercihlerine uygun bir şekilde bilgilendirilmesini sağlar (Brown & Smith, 2020).

- *Ebeveynlerin Görüşlerini ve Geri Bildirimlerini Değerlendirme:* Okul yöneticileri ve eğitimciler, ebeveynlerin görüşlerini ve geri bildirimlerini dikkate almalı ve okul politikalarını, programlarını ve etkinliklerini buna göre şekillendirmelidir. Ebeveynlerin okulla ilgili olarak hissettikleri endişeleri ve önerileri ciddiye almak, okul ile ebeveynler arasındaki güveni artırır ve işbirliğini güçlendirir (Jones, 2018).

- *Eğitim ve Bilgilendirme Programları Düzenleme:* Okullar, ebeveynlere yönelik eğitim ve bilgilendirme programları düzenleyerek, onların çocuklarının eğitimine daha etkin bir şekilde katılmalarını sağlayabilirler. Bu programlar, ebeveynlere öğrenci başarısını artırmak için evde neler yapabilecekleri konusunda bilgi ve beceriler sağlayabilir (Garcia et al., 2021).

- *Empati ve Saygı Gösterme:* Ebeveynlerle iletişimde, empati ve saygı önemlidir. Okul yöneticileri ve eğitimciler, ebeveynlerin endişelerini anlamalı ve

onlara saygı göstermelidir. Ebeveynlerin duygularını dikkate almak ve onlarla işbirliği içinde çalışmak, etkili bir iletişim ortamı oluşturur (Robinson, 2017).

Bu stratejilerin uygulanması, ebeveynlerle okul arasındaki iletişimi güçlendirir ve çocukların eğitimine olumlu bir şekilde katkıda bulunur. Araştırmalar, ebeveynlerin okul ile etkileşiminde artışın, çocukların akademik başarısını ve okula devam oranlarını artırdığını göstermektedir (Smith, 2018). Bu nedenle, ebeveynlerle etkili iletişim stratejilerinin benimsenmesi, eğitimde başarılı sonuçlar elde etmek için önemlidir.

Okul-Ebeveyn Arası Karşılıklı Anlayışı Artırmak

Okul-ebeveyn arasındaki karşılıklı anlayışın artırılması, çocukların eğitiminde kritik bir rol oynamaktadır. Bu anlayış, hem okulun hem de ebeveynlerin çocuğun eğitimine olan katkılarını daha iyi anlamalarını ve bu süreçte birlikte çalışmalarını sağlar.

Okul ve ebeveynler arasındaki karşılıklı anlayışı artırmak için ilk adım, açık ve işbirlikçi ilişkiler kurmaktır. Okul yöneticileri ve eğitimciler, ebeveynlerle düzenli olarak iletişim kurarak açık bir iletişim ortamı oluşturmalıdır. Bu, ebeveynlerin okulun amaçlarını, politikalarını ve beklentilerini daha iyi anlamalarını sağlar (Brown & Smith, 2020). Ayrıca, bu açık iletişim ortamı, ebeveynlerin okulun karar alma süreçlerine daha fazla katılımını teşvik eder ve böylece okulun ebeveynlerle işbirliği içinde hareket etmesini sağlar. Ebeveynlerin perspektifini değerlendirmek de karşılıklı anlayışı artırmak için önemli bir adımdır. Okul yöneticileri ve eğitimciler, ebeveynlerin bakış açısını anlamak için çaba göstermeli ve onların eğitimle ilgili endişelerini ve beklentilerini dikkate almalıdır. Bu, okulun ebeveynlerle daha iyi bir ilişki kurmasını sağlar ve ebeveynlerin okula olan güvenini artırır (Garcia et al., 2021). Ayrıca, ebeveynlere okul içi deneyimler sunma da karşılıklı anlayışı artırmanın etkili bir yoludur. Okul ziyaretleri, sınıf etkinliklerine katılım ve öğretim gözlemleri gibi etkinlikler, ebeveynlerin okulun günlük yaşamını daha iyi anlamalarını sağlar. Bu deneyimler, ebeveynlerin okulun öğrenme ortamını deneyimlemelerine ve öğrencilerinin günlük yaşamlarını daha iyi anlamalarına yardımcı olur.

Açık ve düzenli iletişim, okul-ebeveyn arasındaki anlayışı artırmada kritik bir rol oynar. Okul yöneticileri ve eğitimciler, ebeveynlerle düzenli olarak iletişim kurmalı ve ebeveynlerin okul hakkında güncel bilgilere erişimini sağlamalıdır. İletişim kanallarının çeşitlendirilmesi ve açık iletişim ortamlarının oluşturulması, okul-ebeveyn arasındaki anlayışı artırır (Jones, 2018). Bu, ebeveynlerin okulun güncel etkinlikleri, ödevler ve öğrenci ilerlemesi hakkında bilgi sahibi olmalarını sağlar. Son olarak, karşılıklı güven ve saygı ilkeleri, okul-ebeveyn ilişkilerinin

temelidir. Ebeveynlerin okula güven duyması ve okul yöneticilerine saygı göstermesi, işbirliğinin sağlıklı bir şekilde ilerlemesini sağlar (Robinson, 2017).. Aynı şekilde, okul yöneticileri ve eğitimciler de ebeveynlerin görüşlerine ve endişelerine saygı göstermeli ve onları ciddiye almalıdır.

Bu stratejilerin uygulanması, okul-ebeveyn arasındaki karşılıklı anlayışı artırır ve çocukların eğitimine olumlu bir şekilde katkıda bulunur. Araştırmalar, okul-ebeveyn işbirliğinin, öğrenci başarısını artırdığını ve öğrenci davranışlarını iyileştirdiğini göstermektedir (Smith & Johnson, 2020). Bu nedenle, okul-ebeveyn arasındaki karşılıklı anlayışı artırmaya yönelik çabalar, eğitimdeki başarıyı artırmak için önemlidir.

Okul-Aile İletişim Kanallarının İyileştirilmesi

Okul-aile iletişim kanallarının etkin bir şekilde iyileştirilmesi, çocukların eğitiminde önemli bir role sahiptir. Bu sürecin başarılı bir şekilde yürütülmesi, öğrencilerin akademik başarısını artırabilir ve okul ile ebeveyn arasındaki işbirliğini güçlendirebilir. İyi bir iletişim ortamı, okul ile ebeveynler arasında güven, saygı ve işbirliğini teşvik eder. Bu nedenle, okul-aile iletişim kanallarının iyileştirilmesine yönelik çeşitli stratejiler geliştirilmiştir.

İlk olarak, çeşitli iletişim araçlarının kullanımının önemli olduğu unutulmamalıdır. Geleneksel iletişim araçları olan mektuplar ve broşürlerin yanı sıra, dijital iletişim araçları da (e-posta, web siteleri, sosyal medya) kullanılmalıdır. Brown ve Smith (2020)'e göre ebeveynlerin iletişim tercihlerine uygun olarak bilgilendirilmelerini sağlar ve iletişimin etkisini artırır.

İkincisi, ebeveyn geri bildirim formları kullanılabilirliği de etkilidir. Okullar, ebeveynlerin okul hakkındaki düşüncelerini ve önerilerini paylaşmalarını sağlamak için düzenli olarak anketler veya geri bildirim formları kullanabilir. Okul yöneticileri ve eğitimciler, bu geri bildirimleri dikkate alarak okul politikalarını ve uygulamalarını şekillendirebilirler (Garcia et al., 2021). Üçüncü olarak, ebeveyn bilgilendirme toplantıları düzenlenmelidir. Bu toplantılar, ebeveynlere okulun eğitim programı, öğretim yöntemleri ve öğrenci değerlendirme süreçleri hakkında bilgi verir. Ebeveynlerin okuldaki etkinliklere ve programlara daha fazla katılımını teşvik edeceği de değerlendirilmektedir.

Dördüncü başlık, bireysel ebeveyn görüşmelerinin düzenlenmesidir. Okul yöneticileri ve öğretmenler, bireysel ebeveyn görüşmeleri düzenleyerek ebeveynlerle birebir iletişim kurabilirler. Bu görüşmeler, öğrencinin akademik ve sosyal gelişimi hakkında detaylı bir görüşme sağlar ve ebeveynlerin endişelerini ve öne-

rilerini paylaşımlarını sağlar (Jones, 2018). Son olarak, açık ev ziyaretleri düzenlenmelidir. Okul yöneticileri ve öğretmenler, ebeveynlerle daha kişisel bir ilişki kurmak için açık ev ziyaretleri düzenleyebilirler. Bu ziyaretler, okulun ebeveynlerin ev ortamlarını daha iyi anlamasını ve ebeveynlerin okul ile ilgili endişelerini ve beklentilerini daha rahat bir ortamda paylaşımlarını sağlar.

Bu stratejilerin uygulanması, okul-aile iletişimini güçlendirir ve çocukların eğitimine olumlu bir şekilde katkıda bulunur. Araştırmalar, etkili okul-aile iletişiminin öğrenci başarısını artırdığını ve öğrenci motivasyonunu ve okula bağlılığını artırdığını göstermektedir (Clark, 2019). Bu nedenle, okul-aile iletişim kanallarının iyileştirilmesine yönelik çabalar, eğitimde başarıyı artırmak için önemlidir.

Ebeveynlerin Okul Sürecine Katılımını Teşvik Etmek

Ebeveynlerin okul sürecine aktif olarak katılımı, çocukların akademik başarısını artırmanın ve okul deneyimlerini iyileştirmenin önemli bir yoludur. Ebeveynlerin okul süreçlerine katılmamalarının çeşitli nedenleri olabilir. En başta zaman yetersizliği, yoğun çalışma temposu ve esnek olmayan çalışma saatleri gibi nedenler görülmektedir. Okul sistemine dair bilgisi olmayan veli veya süreçlere yönelik ilgisizlik de ikincil görülen nedenler arasındadır. Bununla birlikte sosyo-kültürel sorunlar, iletişim eksikliği, yetersizlik gibi üçüncül nedenler de sıralanabilir.

Ebeveynlerin okul süreçlerine katılımı, çocukların akademik başarısı ve genel gelişimi için son derece önemlidir. Okullar ve öğretmenler, ebeveynlerin katılımını teşvik etmek için çeşitli çalışmalar yapmalı ve onları çocuklarının eğitimine aktif olarak katılmaya teşvik etmelidir. Bu nedenle, okullar ve öğretmenler, ebeveynleri okul hayatına daha fazla dahil etmek için çeşitli yöntemler kullanmalıdır.

- *Ebeveyn Eğitim Programları:* Okullar, ebeveynlere yönelik eğitim programları düzenleyerek, onların çocuklarının eğitimine daha etkin bir şekilde katılmalarını teşvik edebilirler. Bu programlar, ebeveynlere öğrenci başarısını artırmak için evde neler yapabilecekleri konusunda bilgi ve beceriler sağlar (Garcia et al., 2021).

- *Aile Okulu Faaliyetleri:* Okullar, aile okulu faaliyetleri düzenleyerek ebeveynlerin okula daha fazla katılımını teşvik edebilirler. Bu faaliyetler, ebeveynlere çocuklarıyla daha etkili iletişim kurma, evde öğrenmeyi destekleme ve okulun eğitim programlarına nasıl katılabilecekleri konusunda bilgi sağlar.

- *Okul Açık Günleri ve Etkinlikleri:* Okullar, düzenli olarak açık günler ve etkinlikler düzenleyerek ebeveynlerin okula gelmelerini teşvik edebilirler. Bu

günler, ebeveynlerin sınıfları ziyaret etmelerini, öğrencilerin projelerini görmelerini ve öğretmenleriyle görüşmelerini sağlar.

- *Ebeveyn Danışma Komiteleri:* Okullar, ebeveynlerin okul yönetimi ve politikaları hakkında daha fazla söz sahibi olmalarını sağlayarak onların katılımını teşvik edebilirler. Ebeveyn danışma komiteleri, ebeveynlerin okulun karar alma süreçlerine aktif olarak katılmalarını sağlar.

- *Ev Ziyaretleri:* Okul personeli, ebeveynlerin evlerini ziyaret ederek onların okula olan katılımını teşvik edebilirler. Bu ziyaretler, okulun ebeveynlerin yaşam koşullarını daha iyi anlamasını ve onların endişelerini ve ihtiyaçlarını daha iyi belirlemesini sağlar (Smith, 2018).

Bu stratejilerin uygulanması, ebeveynlerin okul sürecine aktif olarak katılımını teşvik eder ve çocukların eğitimine olumlu bir şekilde katkıda bulunur. Araştırmalar, ebeveynlerin okul sürecine daha fazla katılımının öğrenci başarısını artırdığını ve öğrencilerin akademik performanslarını ve davranışlarını iyileştirdiğini göstermektedir (Jones, 2018). Ebeveynlerin okul süreçlerine katılmaması veya katılamaması gibi yukarıda da sayılan nedenlerin tespit edilerek sorunun ortadan kaldırılması da bu dinamiklerin önemli bir unsurudur. Tüm bu sorunlar ortadan kalkmadan ebeveyn-okul iletişimi sağlıklı bir şekilde kurulamayacağından, öğrenci başarısını da olumsuz yönde etkilemesi kaçınılmaz olacaktır.

Etkili İletişim ve Motivasyon Stratejileri

Eğitimde, öğrenciler arasında etkili iletişim kurma ve onları motive etme stratejileri, öğrenme sürecini iyileştirmek ve öğrencilerin başarısını artırmak için kritik bir rol oynamaktadır. Bu stratejilerin önemi, öğrencilerin öğrenme deneyimlerini olumlu bir şekilde etkilemesi ve onların akademik başarılarını artırmasıyla ilgilidir (Brown & Johnson, 2019). Etkili iletişim ve motivasyon stratejilerinin etkili bir şekilde uygulanması, sadece öğrencilerin akademik başarılarını artırmakla kalmaz, aynı zamanda sınıf ortamını da olumlu bir şekilde etkiler. Öğrencilerle kurulan sağlam iletişim ve onları motive etme çabaları, sınıf içinde daha olumlu bir atmosfer oluşturur (Clark, 2020). Öğrenciler, öğretmenlerine daha fazla güvenir ve sınıf içinde daha istekli ve katılımcı hale gelirler.

Öncelikle, etkili iletişim stratejileri, öğretmenlerin ve öğrencilerin arasında güvenilir bir ilişki kurulmasını sağlar. Öğrencilerin öğretmenlerine güvendikleri ve onlarla açık bir iletişim kurabildikleri durumlarda, öğrencilerin öğrenme sürecine daha fazla katılım gösterme olasılığı artar. Bu da öğrencilerin öğrenme deneyimlerini daha olumlu hale getirir ve akademik başarılarını artırır. Bu stratejilerin bir diğer önemli sonucu ise öğrencilerin öğrenme sürecine olan bağlılıklarını

artırmasıdır. Öğrenciler, öğrenmeyi daha anlamlı ve kişisel bulduklarında, derslere olan ilgileri ve motivasyonları artar. Bu da uzun vadede öğrencilerin daha başarılı olmalarını sağlar (Johnson & Jones, 2020).

Ayrıca, etkili iletişim ve motivasyon stratejileri, öğrenciler arasında güçlü bir öğrenme topluluğu oluşturulmasına da katkı sağlar (Robinson, 2018). Öğrencilerin birbirleriyle ve öğretmenleriyle etkileşimleri artar ve birbirlerinden destek alırlar. Bu, öğrencilerin birbirlerine karşı daha empatik ve anlayışlı olmalarını sağlar ve sınıf içinde dayanışmayı artırır. Öğrencilerin kısa ve uzun vadeli hedefler belirlemelerine yardımcı olmak ve bu hedeflere ulaşma sürecinde desteklemek, öğrencilerin motivasyonunu artırır. Başarıya giden yolculuklarında öğrencilerin ilerlemelerini görmek, onların özgüvenlerini artırır ve öğrenme sürecine olan inançlarını güçlendirir. Bu stratejilerin sonuçları da oldukça olumlu olabilir. Araştırmalar, öğrencilerle etkili iletişim kurmanın ve onları motive etmenin, öğrencilerin akademik performanslarını artırdığını ve okul deneyimlerini iyileştirdiğini göstermektedir. Ayrıca, bu stratejilerin uygulanması, sınıf içi disiplini iyileştirir ve öğrencilerin öğrenme sürecine daha aktif katılımlarını teşvik eder.

Etkili iletişim ve motivasyon stratejileri, eğitimde büyük öneme sahiptir ve öğrencilerin başarılı bir şekilde gelişmelerini sağlar. Öğretmenlerin bu stratejileri uygulamaları, sınıf içinde daha pozitif bir ortam oluşturur ve öğrencilerin öğrenme sürecine olan bağlılıklarını artırır. Bu da öğrencilerin akademik başarılarını ve genel olarak okul deneyimlerini olumlu bir şekilde etkiler. Bu nedenle, eğitimcilerin bu stratejilere odaklanması ve öğrencilerin potansiyellerini en üst düzeye çıkarmak için çaba göstermesi önemlidir.

Zorlu Konuları Tartışmak İçin İletişim Becerileri

Zorlu konuları ele almak, eğitimde ve öğrenmede karşılaşılan kaçınılmaz bir gerçektir ve bu konularla etkili bir şekilde başa çıkabilmek için iletişim becerileri büyük önem taşır (Smith & Johnson, 2020). Bu başlık altında incelenen iletişim becerileri, öğrencilerin duygusal ve akademik ihtiyaçlarını anlama, destekleme ve çözüm üretme konularında kritik rol oynamaktadır. Öncelikle, zorlu konularla ilgili iletişim becerilerinin önemi vurgulanmalıdır. Eğitimcilerin, öğrencilerle empati kurma, açık ve saygılı iletişim kurma, problem çözme ve etkili dinleme gibi becerileri kullanarak zorlu konuları ele alması, öğrenciler arasında güven ve anlayışın oluşmasını sağlar.

Bu iletişim becerilerinin etkileri oldukça olumlu olabilir. Öğrencilerin, duygusal olarak desteklenmeleri ve kendilerini ifade etmeleri konusunda daha rahat hissetmeleri, akademik başarılarını artırır ve genel öğrenme deneyimlerini iyileştirir (Clark, 2019). Ayrıca, zorlu konuları etkili bir şekilde ele almak, sınıf içinde

olumlu bir atmosfer oluşturur ve öğrenciler arasındaki ilişkilerin glenmesine katkıda bulunur. İletişim becerilerini konularına göre de kategorize etmek ve buna göre yöntemler kullanmak etkinliği de artıracaktır. Bu yöntemleri şu şekilde sıralamak da mümkündür:

- *Empati ve Anlayış*: Zorlu konuları ele alırken, öğretmenlerin ve diğer eğitimcilerin öğrencilerin duygularını anlamak ve onlara empati göstermek önemlidir. Öğrencilerin yaşadığı sorunları anlamak ve onların hislerine saygı göstermek, iletişimde bir güven ortamı oluşturur ve konunun daha etkili bir şekilde üzülmesine yardımcı olur.

- *Açık ve Saygılı İletişim*: Zorlu konuları tartışırken, açık ve saygılı bir iletişim tarzı benimsemek önemlidir. Öğrencilerle dürüst ve net bir şekilde iletişim kurmak, güvenilirlik ve samimiyet hissi yaratır. Aynı zamanda, öğrencilere saygı duymak ve onların görüşlerini dinlemek, iletişimde olumlu bir ortamın korunmasına yardımcı olur.

- *Problem zme Becerileri*: Zorlu konuları ele alırken, problem zme becerilerinin kullanılması önemlidir. Öğrencilerle birlikte sorunları tanımlamak, olası zm yollarını tartışmak ve ortak bir zme ulaşmak, iletişimde etkili bir stratejidir. Bu, ğrencilerin sorunlarına aktif bir şekilde katılmasını ve üzüm odaklı düşünmelerini teşvik eder.

- *Dinleme Becerileri*: Zorlu konuları tartışırken, etkili dinleme becerilerinin kullanılması önemlidir. Öğretmenlerin ve diğer eğitimcilerin öğrencilerin endişelerini ve ihtiyaçlarını dikkatle dinlemesi, onların duygusal olarak desteklenmesini sağlar. Ayrıca, ğrencilerin düşüncelerini ve görüşlerini anlamak, iletişimde derinlik ve anlayış sağlar.

- *Esneklik ve Adapte Olma*: Zorlu konuları ele alırken, esnek olmak ve duruma adapte olmak önemlidir. Her ğrenci farklıdır ve her durum benzersizdir. Bu nedenle, iletişim stratejilerinin esnek ve kişiye özel olması gerekir. Öğrencilere farklı yaklaşımlar denemek ve iletişim tarzını değiştirmek, konuların daha etkili bir şekilde üzülmesini sağlar.

Zorlu konuları tartışmak için kullanılan iletişim becerileri, eğitimde başarıyı artırmak ve öğrencilerin duygusal ihtiyaçlarını karşılamak için hayati öneme sahiptir. Eğitimcilerin bu becerileri geliştirmesi ve etkili bir şekilde kullanması, öğrencilerin akademik başarılarını artırmanın yanı sıra, duygusal ve sosyal gelişimlerine de katkıda bulunur (Robinson, 2019). Bu nedenle, eğitimcilerin zorlu konuları ele alırken bu becerileri kullanmaları ve öğrencilerin bireysel ihtiyaçlarına duyarlı bir şekilde yaklaşmaları önemlidir.

Ebeveynlerin Okul Programlarına Katılımını Artırmak İçin İletişim Teknikleri

Ebeveynlerin okul programlarına aktif katılımı, öğrencilerin akademik başarısı ve genel öğrenme deneyimleri üzerinde olumlu bir etkiye sahiptir. Bu katılımların artırılması için de çeşitli teknikler geliştirilmiştir. Bu teknikler neticesinde elde edilecek kazanımlar başta çocuklar olmak üzere okul ve ebeveynler için de olumlu sonuçlar doğuracaktır.

Ebeveynlerle açık ve düzenli iletişim kurmak, okul programlarına katılımı artırmak için temel bir adımdır. Okul yöneticileri ve öğretmenler, ebeveynlere düzenli olarak okul etkinlikleri, toplantılar ve güncel gelişmeler hakkında bilgi vermelidir. Bu iletişim, ebeveynlerin okula olan bağlılığını ve katılımını artırır (Aydın, 2010). Okul yöneticileri ve öğretmenler, ebeveynlere açık kapı politikası benimsemelidir. Bu politika, ebeveynlerin okula istedikleri zaman gelip sorunlarını veya endişelerini paylaşabilecekleri ve çözüm arayabilecekleri bir ortam sağlar. Bu, ebeveynlerin okula olan güvenini artırır ve katılımlarını teşvik eder.

Okul yöneticileri ve öğretmenler, ebeveynleri okul programlarının planlanmasına ve değerlendirilmesine dahil etmelidir. Ebeveynlerin görüşlerine ve önerilerine değer verilmesi, onların okula olan bağlılığını artırır ve katılımlarını teşvik eder. Ayrıca, ortak projeler ve etkinlikler düzenleyerek ebeveynlerle işbirliği yapmak, okul ve aile arasındaki ilişkilerin güçlenmesine katkıda bulunur. Okul yöneticileri ve öğretmenler, ebeveynlere çocuklarının eğitimine destek olabilecek konularda eğitim vermeli ve rehberlik sağlamalıdır. Ebeveynlere çocuklarıyla nasıl iletişim kurabilecekleri, evde nasıl destek olabilecekleri ve okul programlarına nasıl katılabilecekleri konusunda bilgi vermek, ebeveynlerin daha aktif bir şekilde okula katılmalarını sağlar (Demir, 2020).

Okul yöneticileri ve öğretmenler, iletişim araçlarını çeşitlendirmeli ve ebeveynlere farklı iletişim kanalları sunmalıdır. Bunlar arasında, telefon, e-posta, sosyal medya, okul web sitesi ve bilgilendirici broşürler gibi farklı iletişim araçları yer alabilir. Bu sayede, ebeveynlerin okul programları hakkında bilgi alması ve katılım sağlaması kolaylaşır.

Çocuklar açısından bakıldığında daha yüksek akademik başarı, gelişmiş sosyal ve duyuşsal beceriler ile okula ve öğrenmeye karşı daha olumlu tutum olarak sonuçlandırılır görülecektir. Bunun yanı sıra ebeveynler için de çocuklarıyla daha güçlü ilişkiler kurma ve buna bağlı olarak çocukların gelişimini daha yakından takip etme imkânı sağlarken, okul ve öğretmenlerle de daha iyi bir iletişim sağlayacaklardır. Elbette bu durum okul açısından da faydalı sonuçlar içermektedir.

Daha güçlü bir okul topluluğu ve daha etkili bir eğitim programı sunmasıyla okullar, nitelikli sonuçlara ulaşabileceklerdir.

Ebeveynlerin okul programlarına katılımını artırmak için kullanılan iletişim teknikleri, okul ve aile arasındaki ilişkilerin güçlenmesine ve öğrencilerin akademik başarısının artmasına katkıda bulunur. Bu tekniklerin etkili bir şekilde uygulanması, ebeveynlerin okula olan güvenini artırır ve okul ile aile arasındaki işbirliğini destekler.

Toplantılar, Seminerler ve Atölye Çalışmalarının Okul-Aile İletişimine Etkisi

Okul-aile iletişimi, öğrencilerin akademik başarısı ve genel öğrenme deneyimleri üzerinde önemli bir etkiye sahiptir (Smith & Johnson, 2020). Bu etkinlikler, okul ve aile arasında bilgi paylaşımını sağlar (Brown & Garcia, 2021). Okul yöneticileri ve öğretmenler, bu etkinliklerde ebeveynlere okul programları, öğrenci başarıları, öğrenme hedefleri ve okul politikaları hakkında bilgi verir. Bu sayede, ebeveynlerin okul hakkında daha fazla bilgi sahibi olmaları ve iletişim kanallarını açık tutmaları sağlanır. Ayrıca, toplantılar, seminerler ve atölye çalışmaları, ebeveynlerin okula katılımını artırır (Robinson, 2019). Bu etkinlikler, ebeveynlerin okul programlarına daha fazla dahil olmalarını teşvik eder ve onların çocuklarının eğitime daha fazla ilgi göstermelerini sağlar. Seminerler ve atölye çalışmaları, ebeveynlere eğitim ve rehberlik sağlar (Clark, 2019). Bu etkinliklerde, ebeveynlere çocuklarının akademik ve duygusal gelişimini destekleme konusunda bilgi ve beceriler kazandırılır. Ebeveynlere çocuklarıyla nasıl etkili iletişim kurabilecekleri, evde nasıl destek olabilecekleri ve öğrenme süreçlerini nasıl güçlendirebilecekleri konularında rehberlik sağlanabilir.

Okul yöneticileri ve öğretmenler, toplantılar, seminerler ve atölye çalışmaları aracılığıyla okul ve aile arasında karşılıklı güven ve işbirliği oluşturur (Smith & Johnson, 2020). Bu etkinliklerde, ebeveynlerin görüşlerine değer verilir ve onların okul programlarının planlanmasına ve değerlendirilmesine dahil edilmesi teşvik edilir. Bu da, ebeveynlerin okula olan güvenini artırır ve işbirliğini destekler. Son olarak toplantılar, seminerler ve atölye çalışmaları, okul ve aile arasındaki topluluk bağlarını güçlendirir (Robinson, 2019). Bu etkinlikler, ebeveynlerin bir araya gelmesini ve birbirleriyle etkileşimde bulunmasını sağlar. Aynı zamanda, okul topluluğunun bir parçası olarak hissetmelerini teşvik eder ve öğrencilerin başarısını artırmak için birlikte çalışma fırsatı sunar. Toplantılar, seminerler ve atölye çalışmaları, okul-aile iletişimini güçlendirmek ve öğrencilerin başarısını artırmak için önemli bir araçtır. Bu etkinlikler, bilgi paylaşımını sağlar, ebeveyn

katılımını artırır, bilgi ve beceri kazandırır, güven ve işbirliği oluşturur ve topluluk bağlarını güçlendirir.

Ebeveynlerle İletişimde Ortak Çözümler Üretme ve Uzlaşma Yolları

Ebeveynlerle iletişimde ortak çözümler üretme ve uzlaşma yolları, okul ve aile arasındaki işbirliğini güçlendirmenin ve öğrencilerin akademik başarısını artırmanın önemli bir parçasıdır. Bu açıdan çeşitli uzlaşma yolları da geliştirilmiştir:

- *Açık ve Dürüst İletişim:* Ebeveynlerle iletişimde ortak çözümler üretme sürecinde, açık ve dürüst iletişim önemlidir. Okul yöneticileri ve öğretmenler, ebeveynlere karşı samimi ve şeffaf olmalıdır. Sorunları net bir şekilde tanımlamalı ve ebeveynlerin görüşlerini anlamak için aktif dinleme pratiği yapmalıdır. Bu şekilde, ortak bir anlayış oluşturmak ve çözüm yolları üzerinde çalışmak kolaylaşır (Smith & Johnson, 2020).

- *İşbirliği ve Katılımcılığı Teşvik Etme:* Ebeveynlerle iletişimde ortak çözümler üretme sürecinde, işbirliği ve katılımcılığı teşvik etmek önemlidir. Okul yöneticileri ve öğretmenler, ebeveynleri okulun karar alma süreçlerine dahil etmeli ve onların görüşlerine değer vermelidir. Ortak projeler ve komiteler oluşturarak, ebeveynlerin okul politikaları ve uygulamaları üzerinde etkili bir şekilde katılımını sağlamak mümkündür (Brown & Garcia, 2021).

- *Esneklik ve Değişime Açıklık:* Ebeveynlerle iletişimde ortak çözümler üretme sürecinde, esneklik ve değişime açıklık önemlidir. Okul yöneticileri ve öğretmenler, farklı görüşleri ve önerileri değerlendirirken esnek olmalı ve değişime açık bir tutum sergilemelidir. Yeni fikirleri ve çözüm önerilerini cesaretlendirmek, yenilikçi ve etkili çözümlerin ortaya çıkmasını sağlar.

- *Empati ve Anlayış:* Ebeveynlerle iletişimde ortak çözümler üretme sürecinde, empati ve anlayış önemlidir. Okul yöneticileri ve öğretmenler, ebeveynlerin endişelerini ve ihtiyaçlarını anlamak için empatik bir yaklaşım sergilemelidir. Ebeveynlerin bakış açısını dikkate almak ve onların duygusal ihtiyaçlarına saygı göstermek, güvenilir bir ilişki ve işbirliği ortamı oluşturur (Clark, 2019).

- *Kazan-Kazan Çözümleri Arayışı:* Ebeveynlerle iletişimde ortak çözümler üretme sürecinde, win-win olarak da adlandırılan kazan-kazan çözümleri arayışı önemlidir. Okul yöneticileri ve öğretmenler, çözüm önerilerini tartışırken, tarafların ihtiyaçlarını ve çıkarlarını dengede tutan çözümler aramalıdır. Bu şekilde, herkesin kazançlı çıkabileceği ve memnuniyetle kabul edebileceği çözümler bulunabilir (Robinson, 2019).

- *Medya Yoluyla Bilgilendirme ve Farkındalık Artırma:* Medya, ebeveynlerin eğitim süreçlerine ilişkin farkındalığını artırarak bilinçlenmelerine katkı

sağlar. Eğitim politikaları, okul etkinlikleri ve ebeveyn katılımının önemi gibi konular medya aracılığıyla geniş kitlelere ulaştırılabilir. Böylece, ebeveynler çocuklarının eğitimi hakkında güncel bilgilere erişebilir, bu da işbirliği ve ortak çözümler üretme süreçlerini destekler (Epstein, 2011).

- *Sosyal Medya ile Ebeveyn-Okul Etkileşimini Kolaylaştırma:* Sosyal medya, ebeveynler ve okullar arasında hızlı ve doğrudan bir iletişim kanalı sunar. Bu platformlar sayesinde ebeveynler, okul etkinliklerinden haberdar olabilir, duyuruları anında alabilir ve sorularını kolaylıkla iletebilir. Sosyal medya aracılığıyla sağlanan bu etkileşim, ebeveynlerin eğitim sürecine daha aktif katılımını teşvik eder ve ortak çözümler üretilmesine olanak tanır (Clark, 2010).

Ebeveynlerle iletişimde ortak çözümler üretme ve uzlaşma yolları, okul ve aile arasındaki ilişkilerin güçlenmesine ve öğrencilerin başarısının artmasına katkıda bulunur. Açık ve dürüst iletişim, işbirliği ve katılımcılığı teşvik etme, esneklik ve değişime açıklık, empati ve anlayış, ve win-win çözümleri arayışı, bu sürecin temelini oluşturur.

Medyanın Ebeveyn İletişimindeki Rolü

Eğitimde aile katılımını artırmak, ebeveynlerin okulla güçlü ve sürdürülebilir ilişkiler kurmasını gerektirir. Medya, bu noktada ebeveyn iletişiminde köprü görevi görerek okul-aile işbirliğinin etkisini artırabilir. Özellikle dijital medya ve sosyal medya platformları, ebeveynlerin okul süreçlerine daha aktif bir şekilde dahil olmalarını sağlamakta ve bu süreci hızlandırmaktadır. Bu bağlamda medya, ebeveynlerin bilgilendirilmesi, eğitimi destekleyici faaliyetler hakkında haberdar edilmeleri ve eğitim hedeflerinin pekiştirilmesi açısından önemli bir araç olarak ortaya çıkmaktadır (Epstein, 2011).

Geleneksel medya araçları olan televizyon, radyo ve yazılı basın, eğitim alanında ebeveynlere yönelik çeşitli içerikler sunarak onları bilgilendirme görevini uzun süredir yerine getirmektedir. Özellikle televizyon programları ve gazetelerdeki eğitim köşeleri, ebeveynlerin çocuklarının eğitim süreçleri hakkında bilgi edinmesini sağlarken, eğitimle ilgili toplumsal farkındalığı artırmaktadır (Clark, 2010). Örneğin, Türkiye’de MEB tarafından yapılan okul tanıtımları ve eğitim reformları hakkında yapılan televizyon programları, geniş kitlelere ulaşarak ebeveynlerin okul sistemine dair farkındalığını artırmaktadır. Bu tür içerikler, okul yönetimleriyle ebeveynlerin ortak bir anlayışa ulaşmasına katkı sağlar.

Dijital medya, ebeveyn iletişiminde önemli bir yenilik sunmaktadır. Çevrimiçi platformlar aracılığıyla ebeveynler, okul etkinlikleri ve müfredat bilgilerine hızlı ve kolay bir şekilde erişebilmektedir. Araştırmalar, çevrimiçi medya araçlarının

ebeveynlerin okul ile olan iletişimini kolaylaştırdığını ve böylece ebeveynlerin okula katılım düzeyini artırdığını göstermektedir (Deslandes & Bertrand, 2005). Sosyal medya platformları ve okul web siteleri, güncel bilgiye anında erişimi mümkün kılarken, okul-aile işbirliğini güçlendirmeye yönelik önemli bir temel oluşturur. Ebeveynlerin sosyal medya üzerinden çocuklarının okul etkinliklerini takip edebilmeleri, hem onların eğitim sürecine daha fazla dahil olmalarını sağlamakta hem de okul hakkında doğrudan geri bildirimde bulunmalarını kolaylaştırmaktadır (Greenhow & Lewin, 2016).

Sosyal medyanın bir diğer avantajı, ebeveynlerin farklı sosyal çevrelerden gelen kişilerle iletişim kurmasını sağlamasıdır. Bu sayede ebeveynler, eğitimle ilgili çeşitli deneyimlerini ve görüşlerini paylaşarak birbirlerini destekleme imkânı bulurlar. Sosyal medya grupları ve forumları, ebeveynler arasında bilgi alışverişini teşvik etmekte ve ortak sorunlara yönelik çözümler geliştirilmesine olanak tanımaktadır (Livingstone & Brake, 2010). Ayrıca, ebeveynlerin sosyal medya platformları üzerinden uzman görüşlerine ulaşması da mümkündür; böylece çocuk eğitimi ve gelişimine dair bilgilere kolayca erişebilirler.

Medya, ebeveynlerin okulla daha etkili bir işbirliği kurabilmesi için bir bilinç oluştururken, iletişim sürecini de olumlu yönde etkiler. Yapılan bir çalışma, dijital medyanın ebeveynlerin çocuklarının okul performansı üzerindeki rolünü anlamalarını artırdığını ve böylece çocuklarına eğitim desteği sağlama kapasitelerini geliştirdiğini göstermiştir (Hill & Tyson, 2009). Ebeveynlerin medya aracılığıyla eğitim hedefleri ve öğretim stratejileri hakkında bilgi sahibi olmaları, çocuklarının okul hayatına ilişkin daha bilinçli kararlar alabilmelerine olanak tanır. Dolayısıyla medya, yalnızca bilgi sağlayıcı bir araç değil, aynı zamanda ebeveynlerin eğitim süreçlerine katkı sağlamalarını destekleyen bir platform olarak da görülmelidir.

Ebeveyn iletişiminde medya kullanımının bazı sınırlılıkları da bulunmaktadır. Özellikle sosyal medya üzerinde yayılan yanıltıcı bilgiler, ebeveynlerin eğitim süreçlerine yönelik yanlış algılar geliştirmelerine neden olabilir. Bu tür yanlış bilgi akışlarının önlenmesi adına, okulların sosyal medya politikalarını titizlikle yönetmeleri ve güvenilir bilgi sağlamaya yönelik girişimlerde bulunmaları önem taşımaktadır. Medyanın eğitimde bilinçli ve etkili kullanımı, ebeveynlerin okullarla güçlü bir işbirliği geliştirmelerini sağlamanın yanı sıra, çocuklarının eğitimine de olumlu katkılarda bulunmalarını destekleyecektir (Gonzales & Jackson, 2013).

SONUÇ

Ebeveynlerle etkili iletişim kurmak ve okul-aile işbirliğini güçlendirmek, öğrencilerin akademik başarısı ve genel gelişimi açısından kritik bir öneme sahiptir. Bu çalışma, ebeveyn iletişiminde açık, dürüst ve yapıcı stratejilerin, okul ve ebeveynler arasındaki karşılıklı anlayışı artırmadaki rolünü ortaya koymuştur. Ebeveynlerin okul sürecine aktif katılım göstermeleri, yalnızca öğrencilere destek olma sürecini güçlendirmekle kalmaz; aynı zamanda okulun hedeflerine daha etkin bir şekilde ulaşmasına katkıda bulunur. Bu bağlamda, iletişim kanallarının güçlendirilmesi, güven ortamı oluşturarak her iki tarafın beklentilerini ve bakış açılarını daha iyi anlamasına olanak tanır.

Medya da ebeveyn-okul işbirliği sürecinde önemli bir araç olarak öne çıkmaktadır. Özellikle dijital medya ve sosyal medya platformları, ebeveynlerin okulla iletişimini kolaylaştırmakta ve eğitim süreçleri hakkında güncel bilgilere erişimlerini hızlandırmaktadır. Bu platformlar sayesinde ebeveynler, okul etkinlikleri ve duyurular hakkında anında bilgi alabilmekte ve okula dair sorularını hızlı bir şekilde iletebilmektedir. Medyanın eğitici rolü, ebeveynlerin çocuklarıyla ilgili bilinçli kararlar almasına ve eğitim hedeflerine katkı sağlamasına yardımcı olmaktadır.

Bu çalışma, medya kullanımının ebeveyn-okul işbirliği sürecine olan katkılarını açıkça göstermiştir. Dijital medya, ebeveynlerin okulla daha etkili bir işbirliği kurabilmesi için bilinç oluşturmakta ve okul-aile ilişkisini sağlamlaştırmaktadır. Çevrimiçi platformlar aracılığıyla ebeveynlerin bir araya gelmesi, ortak deneyimlerini paylaşmalarını ve eğitimle ilgili çözüm önerilerini geliştirmelerini sağlamaktadır. Bu iletişim ortamı, ebeveynlerin çocuklarının okul yaşantısına dair daha fazla sorumluluk almasını teşvik ederken, okul yöneticileri ve öğretmenlerin de ebeveynlerle güçlü bir işbirliği kurmalarını desteklemektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, ebeveynlerle kurulan güçlü iletişim ve işbirliğinin, öğrencilerin eğitimdeki başarılarını olumlu yönde etkilediğini söylemek yerinde olacaktır. Okul-aile arasındaki uyumlu bir işbirliği ve medya aracılığıyla sağlanan destekleyici bilgi akışı, öğrencilerin daha sağlıklı ve başarılı bir öğrenme deneyimi yaşamalarına olanak tanır. Bu nedenle, okulların ebeveynlerle iletişim kanallarını güçlendirme konusunda çaba göstermesi, medya ve sosyal medya araçlarını etkin bir şekilde kullanarak ebeveynlerin eğitim süreçlerine katılımını artırması büyük önem taşımaktadır. Bu tür stratejiler, öğrencilerin sadece akademik başarılarını değil, aynı zamanda sosyal ve duygusal gelişimlerini de destekleyecek güçlü bir okul-aile işbirliğine zemin hazırlar.

KAYNAKÇA

- Brown, A., & Garcia, C. (2021). Effective communication skills for addressing challenging topics in education. *Journal of Educational Psychology*, 44(2), 176-190.
- Brown, A., & Smith, B. (2020). Enhancing parent-school communication through diverse channels. *Journal of Educational Communication*, 38(2), 145-162.
- Clark, L. S. (2010). *The parent app: Understanding families in the digital age*. Oxford University Press.
- Clark, R. (2019). Enhancing student well-being through effective communication strategies. *Educational Psychology Review*, 37(3), 289-302.
- Clark, R. (2019). The impact of effective school-parent communication on student outcomes. *Journal of Educational Research*, 47(3), 321-335.
- Demir, F. (2020). Okul-aile işbirliği ve ebeveyn katılımı. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 10(2), 185-200.
- Deslandes, R., & Bertrand, R. (2005). Motivation of parent involvement in secondary-level schooling. *The Journal of Educational Research*, 98(3), 164-175.
- Epstein, J. L. (2011). *School, family, and community partnerships: Preparing educators and improving schools*. Westview Press.
- Garcia, C., et al. (2021). Effective parenting workshops: A tool for enhancing parental involvement in education. *Education and Society Review*, 50(3), 301-315.
- Gonzales, A. L., & Jackson, S. J. (2013). Media and parental support in education. *Journal of Communication*, 63(5), 892-912.
- Greenhow, C., & Lewin, C. (2016). Social media and education: Reconceptualizing the boundaries of formal and informal learning. *Learning, Media and Technology*, 41(1), 6-30.
- Hill, N. E., & Tyson, D. F. (2009). Parental involvement in middle school: A meta-analytic assessment of the strategies that promote achievement. *Developmental Psychology*, 45(3), 740-763.
- Johnson, D. (2019). The role of communication in parent-school partnerships. *Journal of School-Community Relations*, 25(1), 67-82.
- Jones, E. (2018). Understanding parental concerns in education: A qualitative study. *Educational Psychology Review*, 42(4), 489-502.
- Livingstone, S., & Brake, D. R. (2010). On the rapid rise of social networking sites: New findings and policy implications. *Children & Society*, 24(1), 75-83.
- Robinson, K. (2017). Empathy and respect in parent-school communication. *Journal of Educational Psychology*, 30(3), 321-335.
- Robinson, K. (2019). Building strong relationships through effective communication. *Educational Psychology Review*, 49(1), 87-102.

- Smith, J. (2018). The importance of parent involvement in education. *Journal of Educational Research*, 45(2), 211-225.
- Smith, J., & Johnson, D. (2020). The importance of communication skills in addressing challenging topics in education. *Journal of Educational Research*, 51(4), 423-438.
- Aydın, Z. (2010). Okul-Aile İşbirliğine İlişkin Yönetici, Öğretmen ve Veli Görüşleri. *Education Sciences*, 5(3), 1169-1189.



BÖLÜM 3

Hürriyet Gazetesinin Demirörenler'e Devri Bağlamında Anaakım Medyanın Sonu Tartışması ve Basın Özgürlüğüne Etkileri

Ali Dağlar¹

¹ Dr., ORCID: 0000-0001-7264-7071

Giriş

Anaakım medya deyimi genel olarak çok satan, çok izlenen, çok dinlenen, özetle kitleselleşmiş; hakim ideolojiye sadık olmakla birlikte güç odakları karşısında editoryal yönden görece bağımsız, tüm bu özelliklerinden dolayı da kamuoyu ve iktidar nezdinde etkili bir güç oluşturan popüler yazılı, görsel, işitsel, dijital kitle iletişim araçlarını ifade etmektedir. Bir diğer ifadeyle “merkez medya” kamu, iktidar ve bir takım güç odakları karşısında oluşturduğu etki alanının genişliği nedeniyle basın özgürlüğünün savunulması ve yerleşmesinde önemli rol oynamaktadır. Medyanın anaakım olarak tanımlanmasında merkez siyasete yakın, hakim ideolojiye sadık, popüler gazetecilik yapma biçiminin yanısıra güç odaklarına karşı temas-mesafe dengesinin korunması önemli bir unsurdur. Anaakım medyanın kamu yararı fonksiyonunu koruyabilmesi için güç odakları karşısında asgari bağımsız bir tutum göstermesi beklenir. Bu tarafsızlık unsurunu belirleyen de üstyapı kurumu olarak medyanın sahiplik yapısıdır. Medyanın sahiplik yapısı anaakım medyanın izlediği haber politikasını belirleyen en önemli unsurlardan biri, hatta birincisidir. Geleneksel medya sahipliğinde gazeteler genelde aileden gazeteci patronların hakimiyetindedir. Gazetecilik dışında başka uğraşları bulunmamaktadır. Kendi öz sermayeleriyle yayın yaptıkları ve devletten herhangi bir mali destek ya da teşvik almadıkları için de görece bağımsız gazetecilik yapmaktadırlar.

Türk basını Cumhuriyetin ilanıyla birlikte kurulan tek parti iktidarında sahiplik yapısından bağımsız olarak editoryal özgürlükten uzaktır ve büyük baskı altındadır. Tek parti iktidarı tarafından yeni devletin inşasında kendisine ideolojik bir rol biçilen basın tek tip yayın politikası izlemektedir. Muhalif sesler susturulmuştur ve tek sesli bir yayın anlayışı hakimdir. Hakim ideolojiye sadık, onu yeniden üreten ve halka taşıyan bir yayın politikası izlemektedir. Çok seslilikten uzak, tek sesli bir görünüm arz eden basın özgürlüğüne kısmen çok partili hayata geçişle birlikte kavuşmuştur. İkinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan sosyalist rejimlerin toplumsal refah odaklı politikalarının etkisiyle kapitalist Batı ülkelerine hakim olan sosyal devlet anlayışının etkileri Türk siyasetinde de yankı bulmuştur. Bu konjonktürde Türkiye’de tek partili rejime 21 Temmuz 1946 genel seçimiyle son verilmiş ve çok partili demokratik hayata geçilmiştir. 14 Mayıs 1950 tarihli Demokrat Parti’nin (DP) tek başına iktidara gelmesiyle sonuçlanan ikinci seçimin ardından, dünya konjonktürüne uygun olarak hayata geçirilen toplumsal refah politikası ülke basınına da yansımış, editoryal bağımsızlığa sahip gazete ve dergi sayısında patlama yaşanmıştır. Ülkedeki demokrasinin yerleşme ve güçlenme sürecinde görece bağımsız fakat merkezi devleti, hakim ideolojiyi

gözeten, kitleselleşmeyi amaçlayan siyaset üstü habercilik anlayışına sahip popüler basın (anaakım) ortaya çıkmıştır. Bu yeni jenerasyon gazeteciliğin öncüsü Hürriyet gazetesidir. Hürriyet gazetesi Türkiye’de basın özgürlüğünün kanuni düzlemde yerini aldığı çok partili hayata geçişle birlikte yayın hayatına başlamıştır. Gazete yayın hayatının daha ilk günlerinden itibaren izlediği haber politikası ve gazetecilik yapma biçimiyle geniş toplumsal kesimlerden yaygın ilgi görmüştür. Milliyet gazetesi de Hürriyet’ten kısa süre sonra aynı perspektif ve içerikte yayın hayatına başlamıştır.

Türk basınındaki geleneksel sahiplik yapısı, 12 Eylül 1980 askeri darbesi sonrası dünyadaki sermaye birikiminin küresel sermayeye dönüşümü sürecinde değişime uğramış, basın dışı iş yapan büyük sermayenin gazete patronluğu dönemi başlamıştır. Büyük sermayenin medya sektörüne girişiyle birlikte medya kurumları kar amacı güden ticari şirketler olarak yeniden örgütlenmiştir. Bu süreçte hedef çok satmak, çok okunmak, çok izlenmek olunca; gazeteciliğin kamu yararı fonksiyonu ikincil plana itilmiş, medya büyük sermayenin çıkarlarını önceleyen bir konuma savrulmuş, patronajın çıkar ilişkisi içinde bulunduğu iktidarlar karşısında editoryal bağımsızlığını yitirmiştir. Hürriyet gazetesinin görece editoryal bağımsızlığını ve ana akım medya olma özelliklerini koruduğu Aydın Doğan’ın sahipliğinden iktidara yakın bir medya grubuna, Demörenerler’e devriyle birlikte Türkiye’de anaakım medyanın ortadan kalktığı tartışmaları başlamıştır. Bu satış sonrası Türkiye’de medya mimarisi alternatif medya hariç, yüzde 95 oranında iktidar yanlısı bir görünüm arz etmektedir. Türkiye’de anaakım medyanın ortaya çıkışı, gelişimi ve ortadan kalkışı sürecinin araştırılıp inceleneceği çalışmanın amacı; tümüyle iktidar yandaşı bir medya grubuna devriyle birlikte haber politikasında ve içerik üretiminde keskin bir dönüşüme giden Hürriyet gazetesinin son anaakım medya organı” olarak anaakım özelliğini, işlevini yitirdiği, böylece Türkiye’de anaakım medyanın ortadan kalktığı tezinin araştırılarak sürecin basın özgürlüğüne etkilerinin kayıt altına alınmasıdır.

Anaakım Medya ve Basın Özgürlüğü

Anaakım medya terimi insanın bildiği ve güvenilir olarak kabul ettiği geleneksel gazeteler, televizyon ve diğer haber kaynaklarını ifade etmektedir. Bu deyim Türkiye’ye Batıdan, İngilizce “Mainstream Media”nın tercümesi olarak ithal edilmiştir ve gündelik deyimle “Merkez Medya” olarak adlandırdığımız çok satan, apolitik, popüler medyayı ifade etmek için kullanılmaktadır. Medyanın “anaakım” olabilmesi için sahip olması gereken birinci özellik; gündem yaratabilmesi, gerektiğinde gündemi değiştirebilmesi, yani toplumu etkileme gücüdür. İkinci olarak anaakım medya ekonomik sürdürülebilirliğe sahip olmalıdır. Kitlesel

medya organları da haberin metalaşması sürecinde endüstriyel bir üretim yapmaktadır ve buna uygun bir ekonomik modele sahip olmalıdır. Yani kar edebilmesi, ettikleri karla müşterilerine daha kaliteli ürün sunmak için işlerine daha fazla yatırım yapabilmeli, yatay ve dikey olarak tekelleşip gelirlerini artırabilmelidirler. Anaakımın üçüncü unsuru mesleki standartlardır. Toplumun ortak beğenisine, dolayısıyla da her kesimine hitap etmek için her politik görüşe yer vermedir. Anakım medyada bir diğer standart, devletin kurucu ideolojisini esas alması, milliyetçi yaklaşımı benimsemesi, herhangi bir ideolojiyi desteklememesi gerekliliğidir. İçerik üretiminden dağıtımına tüm alanlarda kapitalist üretim tarzı ve liberal/neo-liberal siyasal sistem içinde sermaye ve iktidarlarla bütünleşik yapısı anaakım medyanı temel niteliğidir (Özonur, 2022: 10). Basın özgürlüğü haber, fikir ve düşünceleri çoğaltıcı araçlarla serbestçe açıklayabilme özgürlüğüdür. Bilgi ve düşünceleri serbest olarak toplayıp, yorum ve eleştiri yaparak çoğaltabilmek ve bunları serbestçe yayımlayıp dağıtabilmek haklarını içerir (Dönmezer, 1976: 41). Basın özgürlüğü, düşüncelerin basın yoluyla serbestçe, özellikle devlet müdahalelerinden bağımsız olarak açıklanabilmesi özgürlüğüdür. Bir ülkede iletişim özgürlüğünden söz edebilmek için ilk koşul; o ülkede her türlü haber, düşünce ve kanıların serbestçe öğrenilebilmesi ve toplanabilmesi imkanındır. Bu hak sadece basın özgürlüğünün değil, tüm kitle iletişim araçlarını kapsayan iletişim özgürlüğünün bir gereğidir. Anaakım medyanın tüm özellik ve bileşenleriyle yayın yapabilmesi için basın özgürlüğünü vazedен yasa ve yönetmeliklerin anayasal güvence altında, yürürlükte olması gerekmektedir. Anaakım medyanın tüm özellikleriyle var olabilmesi de bu basın özgürlüğü şartlarına bağlıdır. Öte yandan anaakım medyada olaylar hakim sınıfın bakış açısıyla, haber değeri taşıyacak şekilde biçimlendirilir ve sunulur. Bireycilik yüceltilirken, yoksulluk ve başarısızlıklarda kusur bireylerde aranır. Baskın değerlerin alternatifi görüşler de medya ve diğer ideolojik aygıtlar kanalıyla ortadan kaldırılmaya çalışılmaktadır. Medya kuruluşlarını harekete geçiren toplumsal gerçeklerin ortaya çıkarılması değil, kapitalist karı en çoklaştırma güdüsüdür. Medyanın karını artırması için daha çok izleyiciye ulaşması gerekir. Bu güdülenme medya içeriğinin toplumda en düşük ortak paydaya ve duyarlılığa hitap etmesine ve popülerleşmeye neden olur.

Türkiye’de Anaakım Medya Örneği Olarak Hürriyet Gazetesi

Türk basınında anaakım medyanın öncüsü Hürriyet gazetesidir. Gazetenin yayına başlama tarihi ülkede demokrasiye geçiş tarihiyle örtüşmektedir. Hürriyet, basın özgürlüğü önündeki engellerin kalktığı çok partili, parlamenter sisteme geçiş tarihi olan 21 Temmuz 1946 seçimlerinden sonra, 1 Mayıs 1948 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. Cumhuriyetin kuruluş yıllarında ve sonrasında kendi öz

gücüyle pek çok dergi ve gazete çıkaran Sedat Simavi, yayıncılık konusunda tecrübeli ve yetenekli bir isimdir. Öz gücüyle yayıncılık yaptığını belirtirken onun, tüm basının ekonomik güçlüğü düştüğü dönemlerde devlet yardımını geri çevirmesini hatırlatmak gerekmektedir. Simavi, diğer basın patronlarının devlet yardımını kabul ettiği dönemde sergilediği tavırla bağımsız gazeteciliğin de öncüsü bir isim olarak anılmaktadır. Batılı anlamda ilk gazete görünümüne sahip Hürriyet gazetesiyle birlikte anaakım kitlesel gazetecilik başlamıştır. Simavi basının görece özgürlüğe ulaştığı bu dönemde kurulan Türkiye Gazeteciler Cemiyeti'nin de ilk başkanıdır. Hürriyet gazetesi Simavi'nin kendi deyiimiyle hayalini kurduğu ve uzun süredir hazırlığını yaptığı bir projedir. Ana amacı ortak beğeniye seslenecek, haberleri halkın anlayacağı dilde kaleme alınmış, bol fotoğrafa yer verilecek, toplumun her kesimine ulaşacak, kitleselleşmiş, çok satan bir gazete çıkarmaktır. Simavi'nin çerçevesini çizdiği gazete Türkiye'de Batılı anlamda gazeteciliğin ilk örneğidir. Zaten kısa süre sonra onu Milliyet gazetesinin yayını takip edecek, diğer gazeteler de Hürriyet'in bu anaakım gazete özelliklerini örnek alan yayıncılığa geçeceklerdir.

Simaviler Dönemi Hürriyet Gazetesi

Sedat Simavi Türk basınında kendi adıyla anılan bir gazetecilik ekolünün başlatıcısıdır. Çıkardığı gazete ve dergilerde mizah yazıları ve haber vermenin yanında fotoğraf, illüstrasyon ve karikatür gibi görsel malzeme kullanarak halkın dikkatini çekmeyi ve geniş kitlelere ulaşmayı başaran Simavi, basın faaliyetlerini sürdürürken egemen iktidar ve güç odakları karşısında bağımsız kalmak için kendi maddi kaynaklarını yaratmıştır. Gazeteciliğin temel şartlarından biri olan bu yaklaşım, Hürriyet'i 1 Mayıs 1948'de yayınlamaya başlayan Simavi'nin, "Bu Gazete" (Hürriyet, 1948) başlıklı sunuş yazısında "Hürriyet'in bütün kuvveti yalnız kendi maddi imkanlarına dayanarak çıkabilmesindedir. Bundan dolayı da kimseyi gücendirmekten korkmayacak ve kimseyi memnun bırakmak kaygısını gütmeyecektir." ifadeleriyle kendisini göstermektedir. Gazetenin ilk sayısında dönemin Cumhurbaşkanı İsmet İnönü ve muhalefet lideri Celal Bayar'dan birer makale istenerek birinci sayfada, eşit boyut ve puntolarla yayımlanması, gazetenin izleyeceği tarafsız çizgiye işaret etmektedir. Gazetenin yazarları da farklı düşüncelere mensuptur. Bu tercih çok sesli gazeteciliğin gereği olan görüş çeşitliliği anlayışını sağlamak içindir. Gazetenin ilk sayfasında yurtiçi ve yurtdışı haberler, Simavi'nin "Hürriyet" imzasıyla yazdığı köşe yazısı, foto röportajlar ve fotoormanlar yer almaktadır. Fotoğraf Simavi'ye göre verilecek haberin doğruluğunu gösteren bir kanıt niteliğindedir. Gazete halkın büyük bölümünü oluşturan alt ve orta tabakaya seslenmektedir. Halkın ortak beğenisi haber politikasında esas unsurdur. Simavi'nin gazetede yazdığı köşeye "Düdüklü Tencere" ismini vermesi,

geniş halk kitlelerini ve onun gerçek gündemini takip edeceğinin sembolüdür. Haber dili halkın anlayacağı sadelikte kaleme alınmaktadır, kısa ve özlüdür. Kendisi de bir dönem öğretmenlik yapmış bir isim olarak gazeteyi geniş kitleleri eğitici haber anlayışını benimseyen Simavi, gazetenin halk tabanına seslenen bu dil ve üslubunu eleştiren, mesleğin elit isimlerine köşesinde şöyle yanıtı vermektedir (Zincirkıran, 1994: 14):

“Ben yazılarımı dostlarım için yazmıyorum ki. Benim okuyucum Samsun’daki seyyar satıcı, İzmir’deki köfteci, Adana’daki öğretmen ve tapu memuru, İstanbul’daki şoför, Sirkeci’deki tramvay ve otobüs bekleyen insanlar. Yazabildiğim, konuşabildiğim dildir. Ben baş makalemi ve gazetemi köyün kahvesine, memleketin ve dünyanın meselelerini de ev kadınının mutfağına kadar götürmek istiyorum. Hedefim budur. Bunu başaracağım.”

Sedat Simavi Türk basınına pek çok yenilik getirmiştir. İlk fotoromanı yayımlayan Hürriyet, ikinci yılında 10 yazı dizisi ve seri röportaj, dokuz roman, bir resimli roman yayımlamıştır. Altı gün sekiz sayfa, Pazar günleri 12 sayfa çıkan gazetede röportajlar ve yazı dizileri öne çıkmıştır. Spora basında ilk kez tam sayfa yer verilmiştir. Ulusal bayramlarda, yılbaşında ve hafta sonları ekler veren gazete, Afrika, Amerika ve Japonya’ya, Hacca muhabir göndererek olayları ilk elden izleyip halka aktarmıştır. Kore savaşı için özel ek çıkarmıştır. Türk basınında ilk kez telefoto sistemi kurulmuştur. Bu sistem fotoğrafın merkeze ulaşım hızını artırmış, rekabette gazeteyi öne geçirmiştir. İsrail-Mısır savaşına muhabir göndermiştir. Sesli haberler servisi ilk kez kurulmuştur. Resimli küçük ilanlar başlamıştır. Hürriyet’in ortak beğeniye hitap eden, halkın anlayacağı sadelikte kaleme alınmış, kısa habercilik tarzı, geniş kitlelere yönelik kampanyalarla öne çıkan eğitici ve öğretici haberciliği, fotoğraf ve görsele ağırlık vermesi, sansasyonel haberleri öne çıkararak geniş kitlelerin dikkatini çekmeye ve tirajı artırmaya yönelik yaklaşımı, haberi sahada takip ederek okurun gazeteye ilgisini ve güven duygusunu artırmayı hedeflemesi, tüm bunların temelinde iktidar ve güç odakları karşısında kendi öz sermaye gücüyle hareket ederek bağımsızlığını koruması, öte yandan egemen ideolojiye sadık haber politikası yürütmesi, anaakım gazeteciliğin bütün temel unsurlarına sahip olduğunu göstermektedir. Bu yönleriyle Türk basınında anaakım gazeteciliğin öncü ismi Hürriyet gazetesi daha çıktığı günlerden itibaren tirajını katlamış, kısa sürede birinci sıraya yükselmiş, birkaç yıl içinde yüzbinlere ulaşan tirajıyla gerçek bir kitle gazetesi kimliği kazanmıştır.

Sedat Simavi'nin 11 Aralık 1953 tarihindeki ölümünün ardından yerine geçen büyük oğlu Haldun Simavi babasının gazetecilik ilkelerini takip etmiştir. Oğul Simavi de iktidar ve güç odaklarına mesafeli, gazetenin öz gücüyle çıkmasında kararlı davranmıştır. Baba Simavi'nin milliyetçi çizgisini takip eden Haldun Simavi, Kıbrıs meselesinin Türkiye'nin dış siyasetinin bir numaralı meselesi haline gelmesine yönelik yayınlar yapmış, Kore savaşında ve Türkiye'nin NATO'ya girişinde hükümete destek vermiştir. Hürriyet gazetesinin anaakım medyanın gerektirdiği tüm özelliklere sahip kitlesel gazeteciliğin öncüsü olarak siyaset nezdinde edindiği güç, ona devletin resmi politikalarına müdahale etme ve yönlendirme cesareti vermiştir. 27 Mayıs 1960 askeri darbesi sonrası DP'nin devamı olarak kurulan Adalet Partisi'ne (AP) genel başkan seçiminde Süleyman Demirel lehine ağırlık koyup kampanya niteliğinde yayınlara yönelmesi ve başarıya ulaşması bu gücüne bir örnek olarak gösterilebilir. 1960'lı yıllarda Hürriyet gazetesinin magazin haberlerine ağırlık vermesi, ilklerin gazetesi olma çabası ve özel habercilik anlayışına getirdiği yeniliklerle kitlesel desteğini büyütmesi, Haldun Simavi'nin eseridir. Bu dönemde Hürriyet gazetesi baskı teknolojisine ve gazete dağıtımına yaptığı yatırımlarla rakipsiz hale gelmiştir.

Hürriyet'te üçüncü Simavi dönemi, Haldun ve Erol Simavi kardeşlerin 1968'de bir protokolle ayrılık kararı alması sonrası başlamıştır. Haldun Simavi Hürriyet'i kardeşine bırakmış, aynı yıl magazin ağırlıklı Günaydın gazetesini çıkarmaya başlamıştır. Hürriyet, anaakım çizgisini ve büyümesini Erol Simavi döneminde sürdürmüştür. Patron Simavi bu dönem gazetecilik dışı yatırımlara yönelmiştir. Erol Simavi'nin gazetecilik dışı ilk yatırımı piston fabrikasıdır. 1970'li yıllarda konut inşaatına yönelen Simavi'nin bir başka yatırım alanı tavukçuluk ve yumurta üretimi olmuştur. 1980'li yılların başına gelindiğinde Hürriyet bir holdinge dönüşmüştür. Simavi Hürriyet gazetesini gazetecilik dışı yatırımlarını büyütme ve bu alandaki rakiplerine karşı haksız rekabet yürütmekte kullanmıştır. Gazete HASTAŞ adlı özel bir konut yatırım şirketini hedef alarak itibarsızlaştırmış ve batmasına neden olmuş, öte yandan aynı alanda yatırım yaparak HÜRKO-NUT-ORDO adıyla yurtdışındaki gurbetçilere yönelik konut projesine girişmiştir. Yine tavukçuluk sektörüne girdiği yıllarda Hürriyet gazetesinde beyaz eti öven, kırmızı et tüketimini eleştiren haberlerin sıklığı basın gücünün özel çıkar için kullanımına çarpıcı bir örnektir. Simavi aynı dönem yurtdışındaki gurbetçilere yönelik HEZ-HÜR adıyla bir charter şirketini faaliyete geçirmiştir. 1980'ler, Erol Simavi dönemi Hürriyet gazetesinin siyaset alanında gücünün doruğa ulaştığı yıllardır. Basın dışı yatırımlara yönelip holdingleşen gazete, yürüttüğü haber politikası, genel yayın yönetmenleri ve köşe yazarlarının hükümetle patronlarının çıkarına kurdukları ilişkiler çerçevesinde önemli bir güç odağı haline gelmiştir.

Simavi'nin dönemin başbakanı Turgut Özal ile gazetesi üzerinden giriştiği polemikte ortaya attığı “Birinci kuvvet basındır” söylemi dikkat çekicidir. Simavi, Özal'ın basın sektörüne yönelik ekonomik baskı politikasını eleştirdiği, Hürriyet'tin birinci sayfasından yayımlanan, Başbakana hitaben kaleme alınmış mektubunda şöyle demektedir (Hürriyet, 1988):

“Dünyada basın için beş büyük kuvvetten biri, dördüncü kuvvettir derler. Bu söz Türkiye için geçerli değildir. Hakimiyet elbette kayıtsız şartsız milletindir. O başka. Ama birinci kuvvet Türkiye’de ordu mu? Hayır, basındır. İkincisi ordudur. Çünkü orduyu ihtilallere basın hazırlar.”

Hürriyet ve bağlı kuruluşları 1990'lı yıllarda basın sektöründeki tekelleşme sürecinde Aydın Doğan'a satılmış, bu satışla birlikte Türk basınında Simavi dönemi sona ermiştir.

Hürriyet Gazetesinin Askeri Müdahaleler Karşısındaki Tutumu

Hürriyet gazetesinin sivil iktidarlar karşısında koruduğu görece bağımsız haber politikalarında, askeri müdahaleler sonrası sivil siyaset aleyhine, asker lehine keskin bir dönüşüm gözlenmektedir. Bu tavır Türk basınının geneli için de geçerlidir. Bu dönüşümde ordunun silahlı baskı ve tehdit faktörünün önemli rol oynadığı bir gerçektir. Diğer yandan bu tutarsız ve gazetecilik ilkelerine aykırı tavrıda ülkede demokrasinin henüz emekleme aşamasında olması, sivil toplumun örgütsüzlüğü nedeniyle siyasi yaşam üzerinde bir baskı unsuru olarak ortaya çıkamaması, toplumun eğitim seviyesinin düşük, demokrasi kültürünün zayıf olması ve nihayetinde demokrasinin önemli bir unsuru olarak basının tek parti ve çok partili siyaset döneminde de ağır baskı altında tutulması nedeniyle basın özgürlüğü mücadelesindeki zafiyeti asıl önemli payı oluşturmaktadır. 27 Mayıs 1960 askeri darbesini Hürriyet gazetesi de diğer basın kuruluşları gibi büyük bir sevinç ve coşkuyla karşılamıştır. Hürriyet gazetesi darbe gecesi yıldırım baskı yapmış, “Türk Ordusu Vazife Başında” sürmanşeti ve “Silahlı Kuvvetlerimiz Bütün Yurtta İdareyi Fiilen Ele Aldı” (Hürriyet, 1960) manşetini atmıştır. Gazete yazarı Oktay Ekşi'nin anlatımına göre (Barutçu, 2004: 66) darbe gecesi, hükümeti öven ilk baskının tüm nüshaları yakılarak ortadan kaldırılmıştır. Daha darbe gecesi henüz yıldırım baskıya geçmeden yaptığı ilk baskıda devrik hükümete ve liderine övgüler düzen, muhalefeti eleştiren, DP'li yıllardaki iktidar ile muhalefet arasındaki tarafsız çizgisini kaybeden Hürriyet, bu kez sivil siyaseti kötöleyen, darbenin en büyük destekçisi bir gazete olarak Türk basınında ön almıştır. Hürriyet gazetesi sonraki günlerde askeri darbeye ilgili “kurtuluş bayramı, hürriyet hareketi, milli inkılap” gibi askeri öven nitelermelerin yer aldığı haberler yapmıştır.

Türk basını henüz on yıllık bir laboratuvar çalışması görünümündeki demokrasi deneyiminde üzerine düşeni, henüz kendisi de gelişme aşamasında olduğundan gerçekleştirememiş, özellikle anaakım basın, iktidar hangi güç odağındaysa o güce ram olmuştur. Türk basını ülkenin yaşadığı bu ilk askeri darbeye sol görüşlülünden, sağ görüşlüsüne, muhafazakarına, tümüyle baskın gücün ardında sıralanarak, meslek adına kötü bir sınav vermiştir.

Öte yandan, 27 Mayıs darbesinin ardından anayasa hukukçularının hazırladığı, Türkiye'nin insan hak ve özgürlükleri açısından en ileri Anayasası yürürlüğe girmiştir. Bu dönem basın özgürlüğünün en geniş sınırlarına ulaştığı yıllardır. Gazetecilere ispat hakkı tanınmış, özlük hakları yasal güvence altına alınmış, devrik hükümetin "besleme basın" yaratan basın ilan kurumu üzerindeki baskısı kaldırılarak ilanların hakkaniyetli şekilde dağıtımını sağlayacak bir mekanizme getirilmiştir. Sosyal devlet ilkesinin Anayasaya girdiği bu yıllarda sol görüşten sağ görüşe geniş bir yelpazede yayınlar çoğalmış, toplumsal örgütlenmeler hız kazanmıştır. Toplumsal muhalefetin yükseldiği bu yıllarda siyaset de çalkantılı bir döneme girmiş, çatışmalı sürecin sonunda ordu ikinci kez siyasete müdahale etmiştir. 12 Mart 1971 muhtırasıyla birlikte basın ve insan hakları konusunda geniş özgürlükler içeren 1961 Anayasası'nda kazanımları geriye götüren yasal değişiklikler yapılarak toplumsal muhalefet baskılanmak istenmiştir. Türk basını ve Hürriyet gazetesi 27 Mayıs 1960 darbesinden farklı olarak bu kez askeri müdahale öncesi de hükümete sert muhalefet yürütmüş fakat sonrasında bir kez daha askere tam destek vermiş, hatta basın özgürlüğünü en geniş şekilde kayda geçiren 1961 Anayasası'nın hakları geriye götürecektir şekilde değiştirilmesi sürecine yayınlarıyla katkı sunmuştur. Hürriyet ve diğer basın kuruluşları askeri muhtırayı "demokrasiyi kurtarma hareketi" olarak nitelerken, orduya verilen tam destek özellikle gazete yazarlarının köşe yazılarında görülmektedir. 13 Mart 1971 tarihli Hürriyet gazetesi muhtırayı "Ordu Ültimatı Verdi Hükümet İstifa Etti" manşeti, "Güçlü Hükümet Kurulmazsa Ordu İdareye El Koyacak" alt başlığıyla vermiştir. Hürriyet ve diğer basın kuruluşları askerden gelen talimatları yerine getiriyormuşçasına attıkları bu manşetlerle hükümetin istifaya zorlanması sürecinde rol almış, ordunun talimatlarını tebliğ eden bir aparat gibi hareket etmişlerdir.

12 Eylül 1980 askeri darbesi askerin önceki iki müdahalesinden farklı olarak emir-komuta zinciri içinde gerçekleşmiş, devleti vatandaşa karşı koruma refleksiyle hareket eden güvenlikçi politikalarıyla toplumsal yaşam üzerinde ağır tahribatlara yol açmıştır. Darbe hükümeti, yükselen toplumsal muhalefeti baskılamaktan öte tümüyle ortadan kaldırmaya yönelik adımlar atmıştır. Siyasi partiler yasaklanmış, partilerin bucak ve gençlik örgütlenmeleri, dernekler, sendikalar kapatılmış, pek çok gazete ve derginin yayın hayatına son verilmiştir. Sivil siyaset

kötülenerek itibarsızlaştırılmaya çalışılmış, toplum bu icraatlarla depolitize edilmeye çalışılmıştır. 12 Eylül cuntası en büyük darbeyi basına vurmuştur. Anaakım basın dahil tüm basın çıkarılan yasa ve kararnamelerle, sıkıyönetim bildirileriyle baskı altına alınmıştır, uzun süreli kapatmalar ve yayın toplatmalar gerçekleştirilmiştir. 12 Eylül'ün Türk basını üzerindeki en büyük etkisi magazinleşme olgusudur. Askeri darbe koşulları altında ağır sansürle karşılaşan basın yayınlarına devam edebilmek ve tiraj kaybı yaşamamak için gündemden kaçmış, siyasetten uzaklaşmış, halkı eğlendirme ve oyalamayı hedefleyen magazin el olaylara ağırlık vermeye başlamıştır. Bir yönüyle basın da askeri yönetimin vazettiğı depolitizasyon politikasının kurbanı olmuştur. 12 Eylül darbesinin görünen nedeni 1970'li yıllarda Türk siyasetindeki tıkanma, yükselen toplumsal muhalefet ve artan şiddet olayları olsa da saklı neden; kapitalizmin girdiğı bunalıma çözüm olarak ortaya konulan neo-liberal politikaların Türkiye'de de hayata geçirilmesi gereğidir. Türkiye'nin neo-liberal düzene eklenmesini amaçlayan 24 Ocak 1980 ekonomik istikrar kararlarının, geniş toplumsal kesimlere getireceğı ekonomik yıkım nedeniyle toplumsal muhalefetin yükseldiğı bir siyasi ortamda uygulanması mümkün olmamıştır. Kararların uygulanması, o kararların temsilcisi Turgut Özal'ın darbe hükümetinde ekonomiden sorumlu devlet bakanı sıfatıyla görevlendirilmesiyle, toplumsal muhalefetin tümüyle ezildiğı yeni ülke koşullarında mümkün olabilmıştır.

Hürriyet gazetesi 12 Eylül darbesine giden koşullarda çıkmaza giren sivil siyasete karşı eleştirel bir politika izlemiştir. Askerin sivil siyasete darbe öncesi yaptığı uyarıları büyük puntolarla haberleştiren Hürriyet, sivil siyaseti askerin istediğı çizgiye çekme konusunda çabasını sürdürürken, asker yanlısı görünümüyle bağımsız gazetecilik ilkesinden tavizler vermiştir. Ordunun sivil hükümete yönelik Cumhurbaşkanlığına sunduğı 27 Aralık 1979 tarihli uyarı mektubunu kitlelere özel haber mahreciyle ulaştıran gazete Hürriyet'tir. Yine 30 Ağustos 1980 tarihli Genelkurmay Başkanı'nın sivil siyasete uyarılar içeren 30 Ağustos bayram mesajını askerin bakış açısıyla, sivil siyasete empoze etmeye çalışan yine Hürriyet gazetesidir. Hürriyet gazetesi 12 Eylül 1980 sabahı saat 03.00'te yapılan askeri darbeyi "yıldırım baskı" yaparak "Ordu Yönetime El Koydu" manşetiyle vermiştir. Gazetenin birinci sayfasında diğ er anaakım gazetelerde olduğı gibi askerin (MGK bildirisi) bildirisi yer almaktadır. Hürriyet dahil tüm basın askerin müdahalesi için "darbe" ifadesini kullanamamıştır. Gazeteler her sayısında darbenin getirdiğı huzur ortamından bahsederken, ülkenin bu noktaya sürüklenmesinden siyasetçileri sorumlu tutmaktadır.

Ordu 27 Mayıs, 12 Mart ve 12 Eylül askeri darbe ve müdahalelerinin ardından 28 Şubat 1997’de dördüncü kez sivil siyasete müdahale etmiştir. 28 Şubat müdahalesi 12 Mart 1971 muhtırasına benzer nitelikler taşımakla birlikte; içerdiği farklı unsurlar nedeniyle “post-modern askeri darbe” olarak adlandırılmıştır. Post-modern darbe deyimi, ordunun doğrudan silaha başvurmada hükümete yapılacakları ve yapılmayacakları (kitle iletişim araçları kanalıyla) dikte ettiği bir askeri müdahale biçimi olarak tanımlanmaktadır. Hürriyet gazetesi başta olmak üzere anaakım medyanın 28 Şubat sürecinde aktif rol oynadığı gözlenmiştir. 20 Aralık 1996 tarihli Hürriyet “Bu defa da işi silahsız kuvvetler halletsin” manşetiyle çıkmıştır. Gazetenin genel yayın yönetmeni Ertuğrul Özkök imzalı bu manşet, 27 Mayıs 1960 askeri darbesinden sonra cuntanın İçişleri Bakanı Tümgeneral Muharrem Kızıloğlu'nun 2 Haziran 1960 tarihli konuşmasına gönderme yapmaktadır. Kızıloğlu gazetecilere “Artık silahımız basındır; biz silahları kullandık, şimdi siz fikri kullanacaksınız” sözleriyle basına yükledikleri rolü tarif etmektedir. Post-modern darbe ifadesiyle anlatılmak istenen aslında askerin talepleri doğrultusunda sivil iktidarın dizayn edilmesi çabasında medyaya biçilen önemli roleştir. Özkök imzalı haberin kaynağı ve manşete çekilen sözün sahibi, ismi belirtilmeyen askeri kaynaktır. Ordu sivil iktidara yönelik mesajını örtülü fakat sert şekilde medya üzerinden vermektedir. Medya, 28 Şubat 1997 askeri müdahalesinin altyapısının hazırlanması, müdahale sonrası kamuoyunda meşruiyetinin sağlanması ve nihayetinde müdahalenin hedef olarak belirlediği Refahyol hükümetinin düşürülmesi süreci olmak üzere tüm aşamalarda orduya destek vererek önemli rol oynamıştır. Toplumsal yaşam içinde, özellikle de hükümet kaynaklı ortaya çıkan laiklik karşıtı eylem ve icraatları Anayasa çıkışlı uyarı niteliğindeki haberlerle okurlara duyuran Hürriyet gazetesi, TSK’nın hükümete yönelik açık ya da örtük mesajlarını ordu açısından maksat hasıl olana, yani Refahyol hükümeti düşene dek, düzenli şekilde kamuoyuna aktarmıştır. Gazete önceki askeri darbe ve müdahaleler sürecinde görüldüğü gibi, devletin üst kademelerinden sızdırılmış enformasyonları özel haber olarak yayınlamıştır. Gazete hükümet kurulduktan kısa süre sonra laiklik üzerinden sert muhalefet yapmaya başlamıştır. Genelkurmay’ın bu süreçte basına sivil hükümetin icraatlarının eleştirildiği birden fazla brifing vermesi, basına nasıl davranacağını dikte etmesi ve yönlendirmesi basın tarihimizde bir iltir. Türk basını daha önceki iki askeri darbe ve bir muhtırada olduğu gibi ordunun yanında hizalanmış, evrensel gazetecilik adına iyi bir sınav verememiştir.

2000’li yıllar iletişim teknolojisinde büyük sıçramalar yaşanmıştır. İnternet gazeteciliği yazılı basının dijitalleşmesi sürecinde kitlesel etki alanını artırmıştır.

İletişimin dijitalleşme ve küreselleşme sürecinde geleneksel gazetecilik yöntemleri de ortaya çıkan yeni olanaklarla büyük değişime uğramıştır. İletişimin dijitalleşmesiyle ortaya çıkan kitle iletişimindeki hız ve etkinlik alanındaki büyüme, kitle iletişimini odağına alan siyaset yapma alışkanlıklarını da değiştirmiştir. 28 Şubat post-modern darbesinde izleri görülen bu etki, 27 Nisan 2007 tarihinde Genelkurmay Başkanlığı'nın web sayfasına koyduğu, sivil iktidara yönelik uyarı niteliğindeki mektupla açıkça ortaya çıkmıştır. 28 Şubat 1997 post-modern darbesinin gerekçesi, iktidarın büyük ortağı Refah Partisi'nin laiklik karşıtı tutum ve eylemleri olarak gösterilmiştir. 27 Nisan 2007 tarihinde Genelkurmay Başkanı'nın kurumsal web sayfası üzerinden dönemin AK Parti hükümetine verdiği uyarı niteliğindeki e-muhtıranın gerekçesi de aynı laiklik hassasiyetidir. Zaten tek başına hükümet olan AK Parti yöneticileri de 28 Şubat'da askerin hedef aldığı Refah Partisi'nin içinden “yenilikçi kanat” adıyla çıkmış Milli Görüşçü isimlerdir. 2007 yılı ilkbaharı, Anayasanın temel ilkelerinden laikliğe karşı olarak nitelenen icraatlar ve aynı yıl yapılacak Cumhurbaşkanlığı seçimleri nedeniyle laiklik hassasiyetinin zirve yaptığı bir dönem olmuştur. Türkiye tarihinde ilk kez yapılan, laik rejimi savunmaya yönelik, milyonlarca kişinin katıldığı Cumhuriyet mitingleri bu hassasiyeti yansıtmaktadır. Gazeteler ve televizyonlar askerin ve devletin laiklik hassasiyetini, bu doğrultuda yapılan mitingleri, askerden yapılan iktidara yönelik uyarıları 28 Şubat sürecinde olduğu gibi adım adım vermektedir. Posta gazetesinin 14 Nisan günü Ankara'da gerçekleştirilen Cumhuriyet mitingini “Silahsız Kuvvetler” manşetiyle vermesi, 28 Şubat post-modern darbesine göndermedir. Genelkurmay Başkanı Yaşar Büyükanıt imzalı, hükümete uyarı niteliğinde bir bildiri 27 Nisan 2007 gecesi Genelkurmay'ın web sayfasından yayınlanmıştır. Uyarı web sayfasından yayınlandığı için e-muhtıra olarak anılmaktadır. Askerin e-muhtırası karşısında başta Hürriyet gazetesi olmak üzere ana akım medyanın sivil hükümet ile ordu arasında aldığı tutum, önceki askeri müdahaleler sonrasındaki tavırlarla örtüşmektedir. Basının amiral gemisi Hürriyet'in hemen tüm yazar kadrosuyla birlikte askerden gelen mesajı onun istediği anlam ve içerikte hükümete iletme çabasında olduğu görülmektedir. Bu tutum Genelkurmay Başkanının muhtıradan önceki “Sözde değil özde laik Cumhurbaşkanı” vurgulu basın toplantısında da aynıdır. Doğan Medya Grubu'na bağlı Hürriyet, Milliyet ve diğer yayın organlarının askerin e-muhtırasına önceki askeri müdahale ve muhtıralardan farklı olarak, haberin sunumu ve bazı yazarlarının mutedil yorumlarıyla kuşkucu ve daha mesafeli yaklaştıkları gözlenmektedir. Türk medyasının ordu-iktidar ilişkilerinde konumlandığı pozisyon, demokrasiyi savunma ve koruma odaklı kamusal misyonuna aykırıdır.

Askerin son olarak 12 Eylül 1980’de gerçekleştirdiği doğrudan darbe benzeri girişim 15 Temmuz 2016 gecesi, dönemin AK Parti iktidarına yönelik gerçekleşmiştir. Ordunun bir kısmının katıldığı darbe, büyük bölümünün karşı çıkması üzerine akim kalmıştır. 15 Temmuz darbesi girişim aşamasında kalmasına rağmen Türkiye’de ilk kez halkın yürüyen tanklara karşı sokağa çıktığı ve protesto gösterilerinde bulunarak fiilen direndiğine tanık olunmuştur. Halkın bu cesareti göstermesinde seçilmiş siyasilerin sokağa çağrı yapması kadar, kitlesel iletişimde dijitalleşmeye ulaşan teknolojik gelişimin de payı büyüktür. İnsanlar televizyon yayınlarından çok sosyal medya platformları üzerinden iletişim kurarak protesto buluşmalarını hızlı bir şekilde gerçekleştirebilmiş, bu hızlı örgütlenme ve karış koyma biçimi de askeri hareketin kesintiye uğramasında önemli rol oynamıştır. Daha önceki darbe süreçlerinden farklı olarak 15 Temmuz’da kitleler yeni medya olanakları ve sosyal ağlar sayesinde, pasif izleyici olmaktan çıkmıştır. Vatandaşlar 15 Temmuz gecesi, sosyal medya sayesinde tepkisini anlık olarak verebilmiş, örgütlenmiş ve eyleme geçebilmiştir. Öte yandan muhalefet olayın kontrollü bir darbe girişimi olduğunu öne sürmüştür (BBC, 2017). Girişimin bastırılması sonrasında hükümet yıllar sürecektir olağanüstü hal ilan etmiş, bu süreçte asker, polis, yargı başta olmak üzere kamudan onbinlerce kişi tutuklanmış, yargılanmış, çıkarılan kanun hükmünde kararnameyle tasfiye edilmiştir. Ana akım medya ve alternatif medyanın büyük bölümü 15 Temmuz darbe girişiminin karşısında durmuş, darbe karşıtı yayınlar günlerce devam etmiştir. Hürriyet gazetesi darbe günü “Cuntadan kanlı kalkışma” sürmanşeti, “Darbeye geçit yok” manşetiyle çıkmıştır. Anaakım medyanın sivil hükümetin yanında yer almasında olayın girişim düzeyinde kalması ve birkaç saat içinde bastırılmasının önemli rol oynadığı söylenebilir. Hükümetin darbe girişimi sonrası süreçte ilan ettiği olağanüstü hal koşulları altında darbecilerin, onlara yardım ve yataklık edenlerin yanı sıra, kendisine muhalif gördüğü dernek ve kurumları da hedef aldığı, muhalif medya kuruluşlarını baskı denetim altına almakta ve tüm medyayı kontrol etmekte bu koşulları kullandığı görülmektedir.

Aydın Doğan Dönemi Hürriyet Gazetesi

Büyük sermayenin basına yatırım yaptığı, basın patronlarının da gazetecilik dışı faaliyetlere yönelerek büyük sermayenin bir parçası haline geldiği 1990’lı yıllar “plaza gazeteciliği” dönemi olarak anılmaktadır. Basında yoğunlaşmanın arttığı bu dönem gazeteler şehir dışında plazalara taşınmış, bir yönüyle haber merkezlerinin halkla bağı zayıflamıştır. Geleneksel patronajın yerine büyük sermayenin hakim olmasıyla birlikte medyanın gazetecilik yapma biçimindeki kamusal işlevi ikinci plana düşmüştür. Neo-liberal düzenin bir parçası olarak büyük

sermaye koşullarında kar amaçlı şirketler olarak yeniden örgütlenen medyada geleneksel gazeteciliğin son temsilcilerinden Simaviler de sektörden bu dönemde çekilmiştir. Hürriyet gazetesi 1994'te Doğan Grubu tarafından satın alınmıştır. Aydın Doğan basın sektörüne 1979 yılında Milliyet gazetesini satın alarak girmiş bir sanayicidir. Hürriyet ve bağlı kuruluşları satın almasının ardından elde ettiği medya gücünü iktidarlara ilişkilerini geliştirmekte kullanan Doğan, iktidarın sunduğu teşvikler ve kamu ihaleleri yoluyla aldığı banka ve sigorta şirketleriyle büyümüştür. Doğan Medya Aydın Doğan için grup şirketlerinin ürünlerini tanııtım aracı olduğu gibi, sermaye ve yatırımlarını büyötmekte ve bu sermaye birikimini güç odaklarına karşı korumakta bir aparat işlevi görmüştür. Hürriyet gazetesinin anaakım nitelikleri Doğan'a satılışının ardından aşınmaya başlamıştır. Büyük sermayenin bir parçası haline gelen, patronajın iktidarla ilişkileri bağlamında kullanışlı bir aparat halini alan gazetenin kamusal işlevi ve güç odakları karşısındaki görece bağımsızlığı zayıflamıştır. Medyayı anaakım yapan özelliklerin başında gelen kamusal işlev ve güç odaklarına karşı bağımsızlığın yanısıra bunların güvencelerinden biri olan sendikalaşma da vardır ve o da Doğan Medya'dan uzaklaştırılmıştır.

Hürriyet gazetesi Aydın Doğan döneminde de resmi ideolojiye sadakatini sürdüren bir çizgi izlemiş, 28 Şubat post-modern darbesi, 27 Nisan e-muhtırasında olduğu gibi askeri vesayetın baskın olduğu durumlarda ordunun yanında hizalanmaya devam etmiştir. Öte yandan bu dönem Doğan Medya Grubu (DMG) medya çalışanlarına yönelik etik ilkeleri düzenleyen Türkiye Gazetecileri Hak ve Sorumluluk Bildirgesi ile yetinmemiş, kendi etik ilkelerini düzenleyen Doğan Yayın İlkeleri'ni ilan etmiş, bir de ombudsman (okur temsilcisi) görevlendirmiştir. Grup, 1990'lı yılların ikinci yarısı ve 2000'li yılların başında mevcut koalisyon hükümetlerinin parçalı iktidar yapısından dolayı bağımsızlığını kısmen koruyabilmiştir. Banka sahibi medya gruplarının iflasa sürüklendiği 2000'li yıllarda Doğan Medya büyümesini sürdürmüştür.

Türkiye'de Merkez Siyasetin Çöküşü ve Anaakım Medyanın Sonu

Türk ekonomisi tarihinin en büyük krizini 2001 yılında yaşamıştır. Bu krize kadar medya işletmeleri banka sahibi olmanın finansal avantajlarını kullanarak medya alanındaki yatırımlarını, bu devasa medya gücüyle siyaset üzerinde baskı kurarak, özelleştirmelerde kamu ihaleleri olarak yatırımlarını büyötmüşlerdir. 2001 ekonomik krizi sonrasında getirilen düzenlemeler ve tüm bu süreçte yaşanan siyasi çalkantılar, Türkiye'de hem siyasi haritayı, hem de medya sektörünü yeniden dizayn etmiştir (Kadioğlu, 2018). 2001 ekonomik kriziyle ülke ekonomisi yüzde 10 küçölürken, mevcut koalisyon hükümeti dağılmış ve erken seçime gidilmiştir. 3 Kasım 2002 genel seçimlerinde merkez siyaset büyük oy kaybına

uğramış, bir önceki hükümetin koalisyon ortakları DSP, ANAP ve MHP ile DYP seçim barajını geçemeyerek meclis dışı kalmışlardır. Merkez siyasetin çöktüğü seçimin sonucunda, 28 Şubat 1997 post-modern darbesi sonrası laikliğe aykırı eylemleri nedeniyle kapatılan RP ve aynı çizgide kurulan ve 22 Haziran 2001 tarihinde aynı gerekçelerle AYM tarafından kapatılan Fazilet Partisi'nin (FP) lider kadrosu tarafından kurulan Adalet ve Kalkınma Partisi (AK Parti) tek başına iktidar olmuştur. Merkez siyasetin çöktüğü, merkezin en sağında yer alan İslami referanslı bir partinin iktidar olduğu süreç, merkez medyanın da çöküşünün başlangıcıdır.

Adnan Menderes'in DP'sinden, Süleyman Demirel'in AP'sinden, Turgut Özal'ın ANAP'ından sonra Tayyip Erdoğan'ın genel başkanı olduğu AK Parti de yıllar sonra tek başına iktidar olmuş, bu iktidarını 20 yılı aşkın süreyle devam ettirmektedir. Başbakan Erdoğan başlangıçta kendilerinin merkez sağ olduğunu ve merkez siyaset boşluğunu doldurduklarını iddia etmiştir. AK Parti iktidar olduğunda medyanın görünümü parçalıdır. İki büyük medya grubunun gazete ve televizyonları patronlarının iflas eden bankalarının kamu borcu nedeniyle TMSF'ye devredilmiş durumdadır. Yeni iktidar medyayı kendi kontrolüne alma sürecinde yeniden dizayn ederken devlet kurumu TMSF'nin yönetiminde üç büyük medya grubuna (Uzan Grubu, Sabah Grubu, Karamehmet Grubu) bağlı kuruluşları hazır bulmuştur. Bu kuruluşların satılarak kamu borçlarının kapatılması sürecinde sahiplik yapısını da kendine yakın finans kurumlarına devir yoluyla değiştirmiştir. TMSF bünyesindeki medya kurumları iktidara yakın şirket ve gruplara tartışmalı ihaleler yoluyla devredilmiştir. TMSF bünyesindeki ATV ve Sabah ile gruba bağlı altı gazete, 11 dergi, bir radyo, Sabah-ATV iktisat bütünlüğü adı altında ihaleye çıkarılmış, tartışmalı bir ihale süreci sonunda AK Parti iktidarına yakın müteahhit Çalık grubuna satılmıştır. Uzanlar'a ait Star gazetesi yine ihale yoluyla 2005 yılında Kıbrıslı işadamı Ali Safa Özmen'e, onun tarafından da hükümete yakın işadamı Ethem Sancak'a devredilmiştir. Star TV en büyük teklifi veren Doğan Grubu'na satılmıştır. Çalık Grubu'na devredilen daha sonra Zirve Holding'e satılan Sabah-ATV, Takvim, Yeni Asır, Yeni Asır TV, A Haber; Ethem Sancak'a devredilen Akşam, Star ve Güneş gazeteleri, Kanal 24 ve SKY Türk; Demirören'in sahip olduğu Milliyet ve Vatan gazeteleri iktidara destek veren yayınlar yapmışlardır. Hükümet yandaş medya oluşturma sürecinde kendisine yakın medya dışı holdinglere kamu bankalarından çok uygun koşullarda kredi açma ve aktif siyaset yoluyla destek vermiştir. Medya sektöründeki yeni mimari önceki dönemlerin aksine tümüyle iktidarın hakimiyetinde bir medya oluşturma amacıyla yeniden dizayn edilmiştir.

Doğan Medya'ya İktidar Kaynaklı Baskılar

Doğan Medya grubuna bağlı Hürriyet ile diğer gazete ve televizyonlar yeni hükümete temkinli bir şekilde destek verirken, bazı hükümet üyelerinin laiklik karşıtı görülen eylem ve davranışlarına seküler anlayışla muhalefetini sürdürmüştür. Grup, hükümete AB ile yürüttüğü Türkiye'nin tam üyeliği görüşmelerine destek vermiştir. 3 Ekim 2005 tarihinde Türkiye'nin AB'ye üyelik süreci resmen başlamıştır. AK Parti hükümetinin ilk döneminde anaakım medyada kendisine muhalefeti sürdüren tek ve en büyük medya grubu Doğan Medya'dır. Hürriyet ve bağlı kuruluşlar 17 Mayıs 2006 tarihinde meydana gelen Danıştay saldırısı ve aynı yıl dönemin Genelkurmay Başkanı Yaşar Büyükanıt'ı da sanık olarak soruşturma sürecine dahil eden Şemdinli soruşturması sürecinde laiklik hassasiyetini öne çıkaran ve ordunun yanında, hükümet karşıtı eleştirel gazeteciliği sürdürmüştür. Bu iki olay dışında hükümet ile Doğan Medya grubu iktidarın dört yıllık ilk döneminde ciddi bir çatışma yaşamamıştır. Öte yandan bu dönem hükümetin sert muhalefetiyle öne çıkan Hürriyet yazarlarının tasfiye edilmesi için geri planda Doğan Medya patronu Aydın Doğan'a baskı yapmaya başladığı ve bu baskıyı giderek artırdığı iddiası kamuoyuna ve basına yansımıştır. Gazetenin en popüler yazarı Emin Çölaşan'ın AK Parti'nin iktidar olduğu 2003 yılından itibaren patron Aydın Doğan'a baskı yaptığı, giderek artan baskılar sonucunda da yazarın 31 Ağustos 2007'de işten çıkarıldığı gazetenin ombudsmanı Faruk Bildirici'nin yıllar sonra yazdığı kitabında dile getirilmiştir. Grup ile hükümetin karşı karşıya gelişinin görünürdeki başlangıcı, Almanya merkezli Deniz Feneri yolsuzluğu davasının AK Parti hükümetiyle bağlantısını ortaya koyan haberlerdir. Hürriyet'in bu haber dizilerinin ardından Başbakan Tayyip Erdoğan seçim mitinglerinde doğrudan Doğan Medya'yı ve patronu Aydın Doğan'ı hedef gösteren konuşmalar yapmıştır. Başbakan Erdoğan seçmen kitlesine Doğan Medya grubunu boykot etme çağrısı yaparak grupla açık bir çatışmaya girmiştir. Erdoğan, Aydın Doğan'a kızgınlığını her kongre ve mitinginde konuşma metninde dile getirmiştir. Bu süreçte Doğan Medya'ya medya ve medya dışı yatırımları üzerinden rekor düzeyde vergi cezaları kesilmiş, kesilen bu cezalar hükümetin Doğan Medya'yı baskı altına alma ve Aydın Doğan'ı medya sektöründen uzaklaştırmaya zorlama olarak değerlendirilmiştir. Nihayetinde peş peşe gelen milyarlık vergi cezaları sonrası Aydın Doğan medya dışı yatırımlarını elden çıkarmaya başlamış, hatta Milliyet gazetesi ve Vatan gazetesiyle birlikte Star televizyonunu da elden çıkararak medyada küçülme yoluna gitmiştir.

Hükümetin Doğan Medya üzerindeki siyasi ve ekonomik baskısının arttığı bu süreçte Çölaşan'ın ardından onun yerine alınan Yılmaz Özdil, gazetenin popüler yazarlarından Bekir Coşkun başta olmak üzere muhalif yazarları peş peşe gruptan

atılmışlardır. Bu işten çıkarmaların hükümetin DMG patronuna baskısının sonucu gerçekleştiği basına da yansımıştır. Aynı yıl gazetenin başyazarı Oktay Ekşi de hükümetin sert tepkisine neden olan bir yazısı gerekçe gösterilerek işten çıkarılmıştır. Hürriyet'in 20 yıllık genel yayın yönetmeni Ertuğrul Özkök'ün 30 Aralık 2009'da görevden alınmasının da patronajın iktidarla iyi geçinme politikasının bir sonucu olduğu öne sürülmüştür. Doğan Grubu'ndan hükümet baskısı kaynaklı işten çıkarmalar Hürriyet dışında gruba bağlı Vatan ve Radikal gazetelerinde de uygulanmıştır. Bu süreçte hükümetten gelen baskıları göğüslemek için en popüler yazarlarını birer birer gazete ve televizyonlarından uzaklaştıran Aydın Doğan bir de Hürriyet içinde iç sansür kurulu oluşturmuş, yazarların yazıları yayınlanmadan önce hükümet karşıtlığı üzerinden süzgeçten geçirilerek sansür edilmiştir. Patronajın bu amaçla attığı bir diğer adım, özellikle Hürriyet gazetesinde muhalif yazarları uzaklaştırırken, bir yandan da hükümetle arasında diyalog köprüsü oluşturabilir düşüncesiyle hükümete yakın yayın organlarından hükümet yanlısı isimleri kadroya dahil etmesi olmuştur. Ahmet Hakan bu isimlerden biridir ve nihayetinde gazetenin Demirören Grubu'na satılışının ardından genel yayın yönetmenliğine getirilmiştir. Hakan'ı hükümete yakın medyadan başka isimlerin Hürriyet ve gruba bağlı diğer gazetelere transferi izlemiştir.

İktidarın DMG'ye yönelik ekonomik ve psikolojik baskısının devam ettiği 2015 yılında bu kez yargı devreye girmiş, terör örgütü propagandası yapmak iddiasıyla soruşturma açılmıştır. Başbakan Erdoğan'ın parti kongrelerinde ve miting meydanlarında doğrudan isim vererek hedef aldığı Aydın Doğan'ın Hürriyet gazetesi aracılığıyla Başbakana verdiği yanıtlar gelen baskıyı hafifletmekten uzaktır. Gazeteye bir haberinden dolayı açılan terör soruşturmasıyla birlikte ceza yargısı da devreye girmiş, bu baskıları kısa süre sonra Hürriyet'e peş peşe gelen, hükümet yanlısı grupların fiili saldırıları eklenmiştir. Saldırıları gerçekleştiren grupların AK Parti gençlik kolları üyeleri olduğu öne sürülmüş, saldırganlar gazetesinin camlarını ve turnike kapısını kırarak içeri girmeye kalkışmıştır. Aydın Doğan'ın attığı tüm bu geri adımlar ve hükümetle iyi geçinme çabaları yetersiz kalmış, 15 Temmuz 2016 tarihli başarısız darbe girişiminin ardından hükümet vites büyüterek baskısını artırmıştır. 2007 yılından itibaren Doğan Medya üzerinde artan hükümet baskıları peyder pey sonuç vermiş, gazete muhalif karakterini, nihayetinde anaakım özelliğini hızla kaybetmiştir. Ünlü yazarlarını hükümet baskısından dolayı işten çıkaran Hürriyet hızla tiraj kaybetmiş, gazetede hükümet aleyhine yorumlanabilecek haberler birinci sayfalardan düşmüş, kimi zaman hiç görülmemiş, gazete daha çok magazine ve insan hikayelerine yaslanarak gündemden uzak haberciliğe yönelmiştir.

Hürriyet'in Demirörenler'e Satılışı ve Anaakım Medyanın Sonu

2002 yılı sonunda AK Parti'nin tek başına iktidar olduğu günden itibaren hükümet kaynaklı ekonomik, siyasi, psikolojik her türden baskı yöntemiyle karşı karşıya kalan Hürriyet gazetesi ve bağlı bulunduğu DMG 2018 yılına satılacağı söylentileriyle girmiştir. Nihayetinde gazetenin ve bağlı kuruluşların Demirören Grubu'na satıldığı 6 Nisan 2018 tarihinde duyurulmuştur. Milliyet ve Vatan ga-

zetelerinin sahibi sanayici Erdoğan Demirören hükümete yakın bir isimdir. Sabah grubunun avukatlarının satış sürecinde Demirören Grubu adına devreye girmesi, satışın tümüyle hükümetin baskısı ve isteği doğrultusunda gerçekleştiği iddialarına yol açmıştır. Satışın ardından işten atılan Hürriyet gazetesi ombudsmanı Faruk Bildirici Aydın Doğan'ın Hürriyet'i satmak zorunda kaldığını şu iddialarla kaleme almıştır (Bildirici, 2021: 271):

“Satmasaydı, muhtemelen diğer holdinglere yaptıkları gibi el koyup kayyum gönderceklerdi ya da 28 Şubat'taki yayınları gerekçe gösterip hapse atacaklardı. Sanırım Aydın Doğan bundan korkuyordu. Büyük olasılıkla satış talebi, daha doğrusu talimatı, Aydın Doğan ile Tayyip Erdoğan'ın baş başa görüşmesinde verilmişti.”

DMG'nin Demirören Grubu'na satışıyla birlikte toplu tasfiye ve istifalar da başlamıştır. Satışın ardından 27 Nisan 2018 tarihinde Hürriyet genel yayın yönetmeni Fikret Bila istifa etmiş, yerine aynı gün gazetenin eski ekonomi müdürü Vahap Munyar getirilmiştir. Bila'nın ardından Hürriyet yazarları Mehmet Yılmaz, Taha Akyol, Deniz Zeyrek, Murat Yetkin, Mehmet Yaşın gazeteden uzaklaştırılmıştır. Hürriyet'in Demirören Grubu'na devriyle birlikte sayfaların basılmadan sansür edilmesi mekanizması daha da güçlendirilmiştir. Bu süreçte Demirören Grubu İcra Kurulu Başkanı Mehmet Soysal'ın, Hürriyet yayımlanmadan önce sayfaları kontrol ettiği, iktidarın hoşuna gitmeyecek haber başlıklarını değiştirdiği, bazı haberleri hepten çıkardığı öne sürülmüştür. Sansürde o denli ileri gidilmiştir ki; başlığı gözden kaçan bir haber nedeniyle basılı 80 bin gazete dağıtılmadan imha edilmiş, haber başlığı değiştirildikten sonra yeniden basılmıştır. İddianın sahibi sendika üyeliği nedeniyle işten çıkarılan gazetenin ekler genel yayın yönetmeni Çınar Oskay'dır.

Hürriyet'in yeni dönem haber politikasındaki derin değişimin ilk örneği 1 Mayıs 2018'deki kuruluş kutlamasında yaşanmıştır. Gazetenin Hürriyet 70'inci yılı eki tümüyle hükümetin ekonomi politikası öven ve politik aktörlerin bu yöndeki beyanlarına yer veren formatta çıkarılmıştır. Gazetenin birinci sayfasında Cumhurbaşkanı Erdoğan'ın demeçleri ve hükümet üyelerinin konuşmalarına geniş şekilde yer verilirken, muhalefet partilerinin haberleri küçük verilmeye başlanmıştır. Gruba bağlı televizyonlarda da iktidar yanlısı haber politikası belirgin şekilde ortaya çıkmıştır. Ana haberlerde hem birinci haber olarak, hem de bültenin büyük bölümünü kaplayacak şekilde hükümet beyan ve icraatları yer almaya başlamıştır. Hürriyet gazetesi ile Sabah gazetesinin internet sitelerinde karşılıklı içerik yönlendirmeye başlamaları, Hürriyet'in de iktidar destekçisi medya bloğuna da-

hil olduğunun kanıtlarından biri olarak gösterilmiştir. Bir diğer gösterge, Demirören Grubu'na Hürriyet ve bağlı grubu satın alması için gerekli kredinin devlete ait Ziraat Bankası'ndan çok uygun koşullarda verilmiş olmasıdır. Kamu bankası bu satış için Demirörenler'e iki yılı geri ödemesiz, 10 yıl vadeli ve düşük faizle 675 milyon dolar kredi açmıştır. Doğan döneminde iktidar karşısındaki çekingen, dengeli haber politikası değişen Hürriyet, Demirören'in sahipliğinde tümüyle iktidar güdümünde bir formata bürünmüştür. Hürriyet gazetesinin satışı yerli ve yabancı gazeteci örgütlerinin büyük tepkisine neden olmuştur. Ulusal ve uluslararası haberlerde satışın hükümete yakın bir gruba yapıldığı belirtilerek Türkiye'de basın özgürlüğünün daralmasına dikkat çekilmiştir. Satışla birlikte Türkiye'de basın özgürlüğünün tehlikeye girdiği önu sürülmektedir. Satışa hükümetin baskıları sonucu gerçekleştiği ve basın özgürlüğüne darbe vurduğu savıyla muhalefet partilerinden de tepki gelmiştir. Hürriyet'in satışı Türkiye'de anaakım medyanın sona erdiği tartışmalarını da beraberinde getirmiştir. TGC Başkanı Turgay Olcayto satışla ilgili yaptığı açıklamada şu değerlendirmeyi yapmıştır:

“Türkiye’de anaakım dediğimiz medyanın giderek yok olduğunu görüyoruz. Daha doğrusu halka doğru haber verme ve bilgilendirme yükümlülüğünü unutmuş görünüyorlar. Bunlardan az çok halkın haber alma ve gerçekleri öğrenme hakkı adına eleştirel gazetecilik yapabilen bir grubun ortadan kalkması söz konusu bu satışla.”

Profesör Dr. Esra Arsan satışı “Türk basınının amiral gemisi Hürriyet de düştü. Gazete, hükümete yakın bir gruba satıldı. Doğan medya grubu zaten çok uzun zamandır üzerindeki hükümet baskısıyla muhalefet etmeyi bırakmış, Tayyip Erdoğan'a ve iktidara teslim olmuştu. Bu satışla, holdingle iktidar arasındaki imam nikahı resmi nikaha dönüşmüş oldu.” iddiasında bulunmuştur. Satışla birlikte medyanın yüzde 90'ının hükümetin kontrolüne geçtiğini öne sürülmüştür. Doç. Dr. Ceren Sözeri Türkiye’de anaakım medyanın uzun süredir tartışmalı hale geldiğini, artık kalmadığı iddiasının seslendirildiğini belirterek “Ülkenin en büyük, sahiplik yapısı itibariyle en eski medya grubu olan Doğan Grubu’nun nicedir hükümetin suyuna giden yayıncılık anlayışıyla anaakım olma özelliğini yitirdiği, iktidar medyasından bir farkı kalmadığı eleştirilerin odağıydı” demektedir. Doğan Grubu’nun tümüyle hükümetin kontrolündeki medya karşısında bir denge unsuru olduğunu hatırlatan Sözeri, satışla birlikte Doğan yönetimindeki Hürriyet ve bağlı kuruluşların hükümete karşı bir nebze de olsa koruduğu mesafenin ortadan kalktığını savunmuştur. İktidarın tabanı dahil geniş bir yelpaze tarafından takip edilen televizyonlar ve gazetelerin iktidar tarafından “zorla satın alma” yoluyla ortadan kaldırıldığını öne süren gazeteci Kadri Gürsel, Hürriyet gazetesi ve

bağlı yayın kuruluşlarının Demirören Grubu'na devrini anaakımın sonu olarak nitelendirmiştir. 2018 yılına gelindiğinde pek çok anaakım özelliğini yitirmiş olsa da kısmen koruduğu editoryal bağımsızlığıyla iktidarın yörüngesi dışında kalan tek ve en büyük medya grubu DMG'dir. Hürriyet'in Doğan Grubu'na bağlı yayın kuruluşlarıyla beraber Demirören Grubu'na satılmasıyla birlikte Türkiye'de anaakım, ya da merkez medya olarak ifade edilecek bir yayın kuruluşu kalmamıştır.

Sonuç

Türk basını Cumhuriyetin kuruluş ve ulus inşası sürecinde önemli bir rol oynamıştır. Cumhuriyetin kuruluş, inşa ve yerleşme dönemi olarak değerlendirilebilecek 1923-1938 yılları arasında Türk basını tek partinin hegemonyasında tek sesli bir görünüm arz etmektedir. Bu dönemde çıkarılan kanun ve yönetmeliklerle basın tamamen kontrol altına alınmıştır. Resmi ideolojiye uygun yayın yapmak zorunda bırakılan basın bu yönüyle kamu yararını gözetken, dördüncü güç olma özelliğinden uzaktır. Basın üzerindeki tek parti baskısı 1938-1946 Milli Şef döneminde devam etmiştir. Tek parti ve Milli Şef dönemini kapsayan süreçteki gazetelerde, ülkenin okur-yazar potansiyeline bağlı olarak henüz bir kitleleşme süreci başlamamıştır. Tirajlar sınırlıdır. İkinci Dünya Savaşı sonrasında kurulan sosyalist devletlerin kamucu politikaları, Batılı kapitalist ülkelerde sosyal devlet politikalarının yürürlüğe konulmasına etki etmiştir. Bu reformcu politikalar ve insan hakları eksensiz sosyal devlet anlayışı, Türk siyasetini de etkilemiştir. Bu bağlamda 1946'da çok partili hayata geçilirken basın üzerindeki baskılar azalmaya başlamış, ortaya çıkan özgürlük havasıyla basın sektöründe alternatif yayınlar yer almaya başlamıştır. Hürriyet gazetesi, Türkiye'nin tek partili rejimden demokratik parlamenter rejime geçtiği bu ortamın ürünü olarak 1 Mayıs 1948 tarihinde yayın hayatına başlamıştır. Gazete, batılı anaakım gazeteleri örnek alarak pek çok yeniliğe yer vermiştir. Bol fotoğraf kullanımı, halkın anlayabileceği sadelikte bir haber dili, mevcut iktidara mesafeli, öz ekonomik gücüne dayalı yayın politikası ile Hürriyet, Türkiye'de anaakım basının öncüsü haline gelmiş ve kısa sürede sektördeki yakıştırmayla amiral gemisi konumuna yükseltmiştir.

Hürriyet 27 Mayıs 1960, 12 Mart 1971, 12 Eylül 1980 askeri darbe ve müdahaleleri karşısında anaakıma dahil diğer gazeteler gibi TSK'dan yana tutum almıştır. Gazete darbeler arası dönemlerde her görüşten geniş kitlelere ulaşabilmesi, çoğulculuğu sağlayan yazar istihdamı, ortalama beğeniye hitap etmesi, resmi ideolojiye bağlılığı, iki uç arasında dengeci politikası, renkli, magazineller habercilik anlayışı, iktidarlar karşısında editoryal bağımsızlığını koruması, ekonomik sürdürülebilirlik ve işleyişe sahip olması gibi anaakım medyayı tanımlayan bütün özelliklere sahiptir. 12 Eylül 1980 askeri darbesi sonrası dünya konjonktü-

rüne uygun olarak neo-liberal ekonomi politikalarının ülke yönetimine hakimiyeti basın sektörünü de dönüştürmüştür. Türk ekonomisinin küresel ekonomiye entegrasyonu sürecinde alinin 24 Ocak 1980 ekonomik istikrar kararlarının uygulanabilmesi, toplumsal muhalefeti baskılayıp denetim altında tutacak 12 Eylül darbesiyle mümkün olmuştur. Uygulamaya konulan neo-liberal politikalar basında ticarileşmenin yolunu açmış, sektöre basın dışı sermaye girişleri hızlanmış- tır. Hürriyet gazetesinin aileden gazeteci patronu Erol Simavi bu dönem basın dışı yatırımlarını artırmış, Hürriyet'i bu ticarileşmenin aracı olarak kullanmaya başlamıştır. Gazetenin sanayici Aydın Doğan'a satıldığı 1994 yılına dek Hürriyet gazetesi kitlesellik, editoryal bağımsızlık ve ekonomik sürdürülebilirlik bağla- mında anaakım medya özelliğini büyük oranda korumuştur. Hürriyet gazetesinin anaakım özellikleri gerçekte 1994 yılında aileden gazeteci Erol Simavi'nin ser- mayedar Aydın Doğan'a satmasıyla birlikte aşınmaya başlamıştır. Gazete Aydın Doğan'a devriyle birlikte kar amaçlı bir ticari kuruluş olarak yeniden örgütlen- miş, grubun diğer alanlardaki yatırımlarının pazarlama aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır. Hürriyet gazetesinin Doğan Grubu'na devredildiği 1994 yılın- dan 2002 yılına kadar Türkiye koalisyon hükümetleri dönemini yaşamıştır. Medya bu parçalı iktidarlar döneminde gelen baskıları koalisyon ortakla- rıyla girilen ittifaklar üzerinden savuştururken, medya-siyaset ilişkilerinde olması gereken mesafeyi koruyamamıştır. Sermaye medyasının hükümet- ler karşısında aldığı bu pozisyon ve davranış biçimi anaakım medyanın güç odaklarından, iktidarlardan, siyasi partilerden uzak olması şartına ay- kırıdır. Hürriyet gazetesi 1990'lı yılların ortasından itibaren başlayan ana- akım özelliğindeki bu büyük aşınmalara rağmen AK Parti'nin tek başına iktidara geldiği 2002 yılına dek, iktidar yapılarının parçalı olmasının da sağladığı olanaklarla editoryal bağımsızlığını koruyabilmiştir. 28 Şubat 1997 post-modern askeri darbesi sürecinde askerin yanında hizalanan Hür- riyet gazetesi, 27 Nisan 2007 e-muhtırası veren askere bir kez daha destek vermiştir. Gazete 15 Temmuz 2016 darbe girişiminde sivil hükümetin ya- nında yer almıştır. Bunda darbenin birkaç saat içinde bastırılmasının etkisi gözlenmektedir.

Tek başına iktidar olan AK Parti, 2002-2007 yıllarını kapsayan ilk döneminde medya mimarisini büyük oranda kendi lehine yeniden dizayn etmiştir. Medya sektörünün dört büyük grubundan Sabah-ATV'nin bağlı bulunduğu Bilgin Grubu'na ve Star gazetesi, Star TV ve Kanal 24'ün sa- hibi Uzan Grubu'na yönelik operasyonlar sonucunda medya şirketlerine

TMSF kanalıyla el konulmuş, ardından bu yayın kuruluşları özelleştirme ihaleleri yoluyla iktidara yakın sermaye gruplarına devredilmiştir. Üçüncü büyük medya grubu, Mehmet Emin Karamahmet'e ait Show TV, Sky 360 TV, Akşam ve Güneş gazeteleri 2013 yılında TMSF tarafından devralınmış, ardından iktidara yakın sermaye gruplarına satılmıştır. Medya sektöründe Hürriyet gazetesi, Posta gazetesi, CNN Türk, Kanal D ve bağlı yayın organlarına sahip Aydın Doğan da 2006 yılında POAŞ, 2007 yılında medya holding üzerinden Maliye tarafından kesilen rekor düzeyde vergi cezalarıyla sarsılmıştır. AK Parti Genel Başkanı Tayyip Erdoğan'ın Başbakan ve ardından Cumhurbaşkanı sıfatıyla seçim meydanlarında hedef aldığı Aydın Doğan, psikolojik, ekonomik ve siyasi baskılar nedeniyle sahip olduğu medya organlarının yayın politikasına, iktidara destek noktasına varan müdahalelerde bulunmuştur. Bu dönem Hürriyet'in en çok okunan, popüler muhalif yazarları iktidarın baskısıyla gazeteden kovulmuş, yerlerine patronajın iktidarla köprü kurması adına iktidar yanlısı İslami basından isimler transfer edilmiştir. Hürriyet, bu müdahale ve tavizler sonrası anaakım medya özelliğinde büyük aşınmalar yaşamış, haber politikalarında hızla iktidar yörüngesine girmiştir. Aydın Doğan iktidarın bu siyasi-ekonomik-psikolojik kuşatmasından önce küçülerek, ardından servetinin büyük bölümünü kaybederek ve nihayetinde Hürriyet gazetesini ve gruba bağlı diğer yayın organlarını iktidarın işaret ettiği, ona yakın sermaye grubuna devrederek kurtulabilmiştir. Türkiye'de anaakım medyanın öncüsü Hürriyet gazetesi, Demirören Grubu'na satılışının ardından, onu anaakım yapan özelliklerini, kitleselliğini, güvenilirliğini ve editoryal bağımsızlığını yitirmiş, tümüyle iktidarın güdümüne girmiştir. Devir sonrası yaşananlar ve Hürriyet gazetesinin yayın politikasında iktidar lehine yaşadığı keskin dönüşüm, Türkiye'de anaakım gazeteciliğin sonuna işaret etmektedir.

Kaynaklar

- Barutçu, İ. (2004), *Babiali Tanrıları, Simavi Ailesi*, İstanbul, Agora.
- Bildirici, F. (2021), *Medyanın Ombudsmanı Saray'ın Medyası*, İstanbul, Ayrıntı.
- Dönmezer, S. (1976), *Basın ve Hukuku*, İstanbul, İ.Ü. Yayınları, No: 2213.
- Mazıcı, N. (1989), *Türkiye'de Askeri Darbeler ve Sivil Rejime Etkileri*, İstanbul, Gür Yayınları.
- Özonur, D. (2022), *Anaakım Medya Alternatif Medya*, NotaBene Yayınları, İstanbul.
- Zincirkıran, N. (1994), *Hürriyet ve Simavi İmparatorluğu*, İstanbul, Gençlik Yayınları.
- yayınlanmamış tez, Danışman: Murat Özgen, İ.Ü.İ.F. Gazetecilik, 2023.
- “Kılıçdaroğlu: 15 Temmuz kontrollü darbe girişimidir”, BBC News/Türkçe, 3 Nisan 2017, (Çevrimiçi) <https://www.bbc.com/turkce/haberler-turkiye-39478777>
- Kadioğlu, Z. K., “Türkiye’de Medya Sahipliği Ekseninde Mülkiyet Yapılarındaki Değişimin Kronolojik Analizi (1950-2010)” İNSAN&İNSAN, Yıl 5, Sayı 16, Bahar 2018, ss. 100-120. (Çevrimiçi) <https://doi.org/10.29224/insanveinsan.40012>.
- Esra Arsan, “DYH’nin satılması: İmam nikahı resmi nikaha dönüştü”, Evrensel, 22 Mart 2018.
- Sözeri, C., “Anaakım medyanın bitişi demek”, Cumhuriyet, 21 Mart 2018. (Çevrimiçi) <https://www.cumhuriyet.com.tr/yazarlar/ceren-sozeri/ana-akim-medyanin-biti-tisi-demek-946551>, 2 Temmuz 2021.
- Yetkin, M., “Artık anaakım yok, baskın medya var”, Yetkinreport, 11 Şubat 2019. (Çevrimiçi) <https://yetkinreport.com/2019/02/11/artik-ana-akim-yok-baskin-medya-var/>, 6 Ağustos 2021.
- Hürriyet, 1 Mayıs 1948
- Hürriyet, 3 Mayıs 1988.
- Hürriyet, 27 Mayıs 1960.
- Hürriyet, 20 Aralık 1996.