

OLAĞANÜSTÜ DURUMLARDA MEDYA PANELİ

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SÜTLÜCE KAMPÜSÜ KONFERANS SALONU
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

22 ARALIK 2015

OLAĞANÜSTÜ DURUMLARDA MEDYA - PANEL BİLDİRİLERİ

BİRSAM

BİRLİK STRATEJİK ARAŞTIRMALAR MERKEZİ

BİRSAM ADINA

HAKAN MEMUR

YAYIN DİREKTÖRÜ

MEHMET KAPAN

YAYINA HAZIRLAYANLAR

YUNUS EMRE DELİ

BASIM YILI

MAYIS 2016

© 2016 Tüm Hakları Saklıdır.

İNDEKS

AÇILIŞ KONUSMASI

SUNUŞ

BİLDİRİLER

OLAĞANÜSTÜ DURUMLARDA MEDYANIN HABER PAYLAŞMA REFLEKSİ

İsmail KAPAN / Türkiye Gazetesi Genel Yayın Yönetmeni

BİR OLAĞANÜSTÜ DURUM OLAN KADIN CİNAYETLERİNDE MEDYANIN OLAYA BAKIŞ AÇISININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Emine Sare AYDIN, Yard. Doç. Dr. / Kadın ve Demokrasi Derneği Genel Başkanı

PARİS'TE GERÇEKLEŞEN TERÖR OLAYLARINDA FRANSIZ MEDYASININ REFLEKSLERİ

Mert Hüseyin ERGÜL / BİRSAM Araştırmacısı

OLAĞANÜSTÜ DURUMLARDA MEDYANIN DİKKAT ETMESİ GEREKEN HUSUSLAR

Merve Şebnem ORUÇ / Gazeteci

OLAĞANÜSTÜ DÖNEMLERDE MEDYAYI DOĞRU OKUMAK

Engin ÇAĞLAK / İstanbul Ticaret Üniversitesi Öğretim Görevlisi

BİRSAM HAKKINDA

BİRSAM MEDYA OKURYAZARLIĞI ENSTİTÜSÜ YAYINLARI

NOTLAR



AÇILIŞ KONUŞMASI

Ülkemizde ve dünyada sürekli gerçekleşen olağandışı, infial yaratan durumlarda medyanın aldığı rol yadsınamayacak ve üstü örtülemeyecek düzeydedir. Özellikle, olağanüstü durumlarda medya ile ilgili bir ikilemin içerisine düştüğümüzü, özellikle son birkaç yıldır ciddi şekilde hissetmekteyiz. Bu ikilemin bir tarafını haber alma özgürlüğü oluştururken, öbür tarafını medya etiği oluşturmaktadır. Bu sene içerisinde yaşadığımız Charlie Hebdo olayı, bunun en güzel örneğini teşkil etmektedir. Yalnızca Charlie Hebdo değil, terörün gündemi oluşturduğu ya da terörle ilgili olmayan birçok konuda bir bakıyoruz ki medyanın aldığı tavır doğrudan toplumun yönelimlerini, davranışlarını bir anda etkiliyor. Bizler de gerçekleştirmiş olduğumuz Olağanüstü Durumlarda Medya Panelinde hem medyanın hem de medya ile ilişkili, onu besleyen ya da onu gündeme getiren tüm içerik sağlayıcıları ele aldık.

BİRSAM olarak hem medyamızın hem de akademi dünyamızın önde gelen isimleri ile istişare etmek üzere medya etiğinin daha çok öne çıktığı "Olağanüstü Durumları" panelimizin odak noktasına aldık. Değerli panelistlerimizin medya sektörü üzerine olan uzmanlık ve tecrübeleri ile panelimize önemli katkılar sunacaklarını düşünüyor ve katılımlarından dolayı kendilerine şimdiden teşekkür ediyoruz. Okullarında bizi ağırlayan İstanbul Ticaret Üniversitesi İletişim Kulübüne misafirperverliklerinden dolayı ayrıca teşekkür ederiz. Öyle sanıyorum ki bu çalışmaların devamı da gelecek. Toplumların daha müreffeh bir hayat yaşamasına önemli katkıları olabilecek medya organlarının bu işlevlerini layıkıyla yerine getirdikleri günleri görmek dileğiyle...

Hakan MEMUR

BİRSAM Koordinatörü



İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ

SUNUŞ

Latince 'araç' anlamına gelen 'medium' sözcüğünden türeyen medya kelimesi anlamındaki gibi yüzyıllardır kitlelere enformasyon akışını sağlayan en önemli araç konumundadır. Bilgi, haber ve eğlence gibi tüm bilgi akışının sağlandığı bu araç var olduğu tarihten bu yana hedef kitle üzerindeki en önemli güç unsurlarındandır.

Artan medya araçları ve bununla beraber değişen sosyolojik faktörler, mesajların veriliş şeklini değiştirdiği gibi mesajların veriliş amacını da değiştirmiştir. Bu değişim ile birlikte medya kanallarına hızlı ve kolay ulaşım; etik değerler, doğru bilgi, toplum yararı göz etmemek gibi birçok problemi de beraberinde getirmektedir.

Sinema filmleri, diziler, haberler, reklamlar gibi yazılı, işitsel ve görsel tüm kitle iletişim araçlarında farklı formlarda karşımıza çıkan şiddet, militarizm, cinsel istismar bireysel algıyı olduğu gibi toplumsal algıyı da yönetmekte. Birçok farklı durumda olduğu gibi, terör eylemleri, doğal afetler, infial yaratan cinayetlerin olduğu olağanüstü durumlarda da medyanın üzerine düşen bir takım görevler vardır.

Olağanüstü Durumlarda Medya 'Olayın' Resmini mi Çekmeli?

Türkiye'de gerçekleşen birçok olağanüstü durumlarda medyayı incelediğimiz zaman karşımıza iki temel sorun çıkmakta: Medya olayı direk hedef kitleye vermeli mi? Yoksa etik değerler süzgecinden geçirerek mi bilgi akışını sağlamalı?

Bu iki soru olağanüstü durumlarda medyanın temel işlevini ortaya çıkarmakta. Bir olağanüstü durum olan terör eylemlerini örnek alacak olursak burada olayın direk olarak verilmesi terör propagandasına fayda sağlayacak düzeyde olabilir. Terör eylemlerinin en önemli amacı korku ütopyası oluşturmak ve propaganda yapmak olduğunu göz önünde bulundurursak olayın direk olarak kitle iletişim araçlarında yayınlanması terör faaliyetini başarılı kılar. İmgesel anlamda medya içeriğine baktığımızda ise 'kan, ceset, silah,' gibi imgeler var olan terör faaliyetini destekler. Toplum tarafından algılanan kan, ceset imgeleri ülke genelinde varmış gibi algılanarak bir kaos ortamı oluşturur.

Ayrıca bu imgeler gerçeğin ötesine geçerek bir başka gerçeklik oluşturur. Yani karşımıza gerçek olan değil kurgulanmış bir gerçeklik çıkar.

Yakın zamanda Türkiye’de gerçekleşen bir savcının rehin alınması olayını hepimiz yakından takip ettik. Eylemi gerçekleştiren grubun savcının başına silah dayaması ve bu görüntüyü tüm basın organları manşet olarak vermesi ciddi tepkilere neden olmuştu.

Burada da gördüğümüz gibi medya -günümüz tabiriyle- ‘tık derdi’ güderek hiç bir etik değer gözetmeksizin, en hızlı şekilde haberi paylaşma yarışına girmiştir.

Bir terörist, bir devlet görevlisinin başına dayanan bir silah, terör grubunun bayrak diye alındığı bir sembol ve terör örgütünün talepleri: Saymış olduğumuz bu imgeleri topladığımız zaman terör grubunun güçlü olduğu algısının medya yoluyla halka iletiildiği ortadadır.

Bir başka konu ise haberin verilişinde kullanılan dil. Haberi, basın yayın kuruluşları “Berkin Elvan’ın failini bulamayan savcı rehin tutuldu. Teröristler, Berkin Elvan’ın failini bulmak için rehin tuttuklarını söylüyorlar.” şeklinde bir dil ile aktardılar. Bu kullanılan dil olaya meşruluk katması ve halk tarafından kabul görmesi anlamında bir algı oluşturmaktadır. Yani var olan gerçeklik bir terör eylemiyken yansıtılan ise haklı ve yapılması gereken bir eylem olarak gösterilmektedir.

Bir başka örnek olarak toplumda infial yaratan kadın cinayetlerini incelediğimizde karşımıza farklı bir tablo çıkmamakta. Tüm olaylarda da olduğu gibi hiç bir etik ve ahlaki süzgeçten geçirilmeksizin verilen olay farkındalık oluşturmaktan uzak, tamamen öğretici bir rol üstlenmektedir. ‘Aldatılan koca vahşet saçtı’ gibi başlıklar bir önceki örnek olan terör eylemindeki gibi olayı gerekçelendirip ‘yapılabilir’ bir zemine taşımakta. Cinayeti işleyen kişinin ifadesinin tam metninin verilmesi ise bu gerekçeyi sağlamlaştırmaktır. Olay, aynı şekilde cinayet gerçeğinden uzaklaştırılıp, cinayetin nasıl ve neden işlendiği (sanığın gerekçesi) üzerine yoğunlaştırılarak gerçeğin bir yansıması gösterilmektedir. Bu da toplumu ya duyarsızlığa ya da olayı kabul gören bir boyuta taşımakta.

Her iki örnekte medyanın öğretici konumda olduğunu gözden kaçırmamalıyız.

İlk örnekte; “..avukat kılığında adliyeye silah sokan saldırganlar...” ifadesi ve bunun gibi birçok ifade adliyeye nasıl silah sokulacağını veya bir terör eyleminin nasıl gerçekleştireceğini anlatır derecesinde öğretici bir rol üstlenmektedir. İkinci örnekte ise “.....ceset...dolayı bulunamadı. için katil yakalanamadı.’dan dolayı cinayet işlenmiş olabilir.” ifadeleri saldırganlık dürtüsü barındıran kişi için bir ders niteliğindedir. Saldırgan benzer bir olayda neler yapacağını bir simülasyonunu medyadan öğrenir.

Yukarıda belirttiğimiz tüm konulara baktığımızda olağanüstü durumlarda medyaya birtakım görevler düştüğünü görüyoruz: Terör faaliyetlerini propaganda anlamında başarı kılacak yayınlardan kaçınması, etik değerlerin göz önünde bulundurulması ve medyanın öğretici bir rol üstlendiğini unutmaması gibi temel unsurları kısaca özetleyebiliriz.

Fakat tüm sorumluluğu medyaya yüklemek de hedef kitle açısından kolaylık olabilir. Nasıl ki medyanın bir takım sorumlulukları varsa aynı şekilde hedef kitlenin de bir takım hususları göz önünde bulundurması gerekir. İşte bu noktada da medya okuryazarlığı kavramı karşımıza çıkıyor.

Medya okuryazarlığı, medyada bulunan farklı formlardaki enformasyona ulaşma, bu mesajları çözümleme, değerlendirme yeteneği olarak tanımlanmakta.

Tüketicinin hiç bir süzgeçten geçirmeden medyayı doğru kabul etmesi şüphesiz önlenemez bilgi kirliliğinin önünü açmakta. Gelişen teknoloji ile birlikte hayatımıza giren sosyal medya kanalları her ne kadar bilgiye ulaşımı ve iletişimi kolaylaştırırsa da aynı şekilde de bu kirliliğe önemli ölçüde katkı sağlamakta. Klasik medya araçlarında olduğu gibi sosyal medya kanallarında da tüketici enformasyona karşı eleştirel bir bakış açısıyla yaklaşmalı ve tüm bu enformasyonu öz denetimden geçirmeden kabul etmemelidir.

Mehmet KAPAN

BİRSAM Medya Okuryazarlığı Enstitü Direktörü

OLAĞANÜSTÜ DURUMLARDA MEDYA

22 Aralık 2015 – Salı / 13.00-15.00
İstanbul Ticaret Üniversitesi
Sütlüce Kampüsü Konferans Salonu


İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ


TİK


BİRSAM
BİRİNCİ İSTANBUL İÇİŞİLERİ VE DİPLOMATİYE FAKÜLTESİ

İsmail Kapan

Türkiye Gazetesi Genel Yayın
Olağanüstü Durumlarda Medya
Paylaşma Refleksi

Sare Aydın

KADEM Kadın ve Demokras
Bir Olağanüstü Durum Olan
(İstismar, Tecavüz) Medyanın
Değerlendirmesi

Merve Şehnem Oruç

Gazeteci
Olağanüstü Durumlarda Medya
Gereken Hususlar

Engin Çağlak

İstanbul Ticaret Üniversitesi
Medya Tüketicisi Olan Hedef
Durumlarda Medyayı Nasıl



OLAĞANÜSTÜ DURUMLARDA MEDYA PANELİ

1. OTURUM BİLDİRİLERİ

İSMAİL KAPAN

TÜRKİYE GAZETESİ GENEL YAYIN YÖNETMENİ
OLAĞANÜSTÜ DURUMLARDA MEDYANIN HABER
PAYLAŞMA REFLEKSİ

EMİNE SARE AYDIN, YARD. DOÇ.DR

KADEM KADIN VE DEMOKRASİ DERNEĞİ GENEL BAŞKANI
BİR OLAĞANÜSTÜ DURUM OLAN KADIN CİNAYETLERİNDE
(İSTİSMAR,TECAVÜZ) MEDYANIN OLAYA BAKIŞ AÇISININ
DEĞERLENDİRMESİ

MERT HÜSEYİN ERGÜL

BİRSAM ARAŞTIRMACISI
PARİS'TE GERÇEKLEŞEN TERÖR OLAYLARINDA FRANSIZ
MEDYASININ REFLEKSLERİ



İSMAİL KAPANTÜRKİYE GAZETESİ
GENEL YAYIN YÖNETMENİOlağanüstü Durumlarda Medyanın
Haber Paylaşma Refleksi

Öncelikle konunun başlığında yer alan iki kavramı biraz açıklamak gerekiyor...

Olağanüstü hal denilince, aklımıza hemen savaş, tabii afetler (zelzele, büyük sel felaketleri, kasırgalar, toprak kaymaları) veya bulaşıcı hastalıklar ile zaman zaman çok büyük kitleleri etki altına alan kuraklık, açlık vb. insan hayatını zora sokan, normal yaşantı biçimlerini imkânsız kılan veya tamamen ortadan kaldıran durumlar gelir. Savaş kavramı altında da, çatışmaların nitelikleri ve sebepleri, tarafların durumları ile savaştan etkilenen coğrafi alanın genişliği ve üzerinde yaşayan nüfusun büyüklüğüne göre yeni başlıklar açılabilir... Savaş öncesi yaşanan gerilim durumları da pekala olağanüstü hal olarak algılanabilir. Düşman tarafların karşılıklı psikolojik propagandası da,

.....
**2013 yılındaki Gezi olayları ve Hatay
 Reyhanlı'daki terör saldırısı
 sırasında, İngiliz BBC ve Amerikan
 CNN International
 televizyonlarının, Türkiye'den 12
 saatten fazla süren kesintisiz canlı
 yayın yapması, bu yayın sırasında
 muhabirlerin savaş kıyafeti ile
 sunuş yapması, hakikaten çok
 çarpıcı, hayret verici bir vakadır...**

toplumları derinden etkileyebilir. Özellikle küresel emperyalist güçlerin hedef ülkeler üzerinde yürüttüğü bu türden propaganda ve toplum mühendisliği çalışmalarının çok önemli sonuçlar doğurduğu, tarihin akışı içindeki sayısız örnekleriyle ortadadır. Çok yakın geçmişteki bir örneği hatırlayacak olursak, 2013 yılındaki Gezi olayları ve Hatay Reyhanlı'daki terör saldırısı sırasında, İngiliz BBC ve Amerikan CNN International televizyonlarının, Türkiye'den 12 saatten fazla süren kesintisiz canlı yayın

yapması, bu yayın sırasında muhabirlerin savaş kıyafeti ile sunuş yapması, hakikaten çok çarpıcı, hayret verici bir vakadır... Burada dikkat edilmesi gereken husus, olağan durumların bile medya organları tarafından olağanüstü bir görünüme sokulabildiğidir...



Medya kavramına gelince... Önceleri sadece yazılı basın vardı. Daha sonra buna radyo yayınları eklendi. Derken görüntülü yayın olarak televizyon devreye girdi. Ve bu çeşitlilikle birlikte, aynı zamanda yayın organı sayısında da patlama oldu. Ancak internet sisteminin devreye girmesiyle birlikte, iletişim teknolojisinde baş döndürücü bir hız, genişleme ve değişim de kesintisiz biçimde gelişme kaydetti. Bugün SOSYAL MEDYA diye tabir edilen ve daha ziyade bireysel etkinliklerin belirleyici olduğu alanda, yepyeni siyasal - hukuksal ve sosyolojik - psikolojik durumlar söz konusu. Zira yüz binlerce, hatta milyonlarca takipçisi bulunan Twitter adresleri üzerinden, ne denli etkili yayınların (olumlu veya olumsuz nitelikte) yapılabildiğini izleyebiliyoruz. Google, Youtube gibi arama motorlarına yüklenen bilgilerin milyarlarca okuyucu - izleyici tarafından, değişik biçimde ve farklı maksatlarla kullanılabilildiğini görüyoruz... Buradaki en büyük problem şudur: Bu medya mecraları üzerinde, etkili ve yeterli bir denetimin olmaması... Özellikle bizim ülkemizin sık sık yüz yüze geldiği problemlere işaret edecek olursak, mesela Twitter'a yüklenen ve gerçekte suç teşkil eden bilgi veya bilgilerin networkten kaldırılmasının hiç de kolay olmaması. Zira milli hukuk sistemine bağlı olmayan yabancı sunucuların, medya etik kurallarına riayet etmemesi

.....
Başta sosyal medya olmak üzere, ülkesel ve küresel ölçekte medya mevzuatının yetersiz kalması, bizi hayli büyük problemlerle yüz yüze getirmekte...

durumunda, yerli mahkemelerin kararları fiili bir sonuç getirmemektedir. Şu halde başta sosyal medya olmak üzere, ülkesel ve küresel ölçekte medya mevzuatının yetersiz kalması, bizi hayli büyük problemlerle yüz yüze getirmekte... Kavram kısmını tamamlamak üzere, son olarak şu hususu belirtelim. Yüzyıl önceki, elli yıl önceki, hatta on yıl önceki medya ve iletişim kavramının içeriği ile bugün hüküm süren anlayış ve etkileşim, çok çok farklıdır ve bu da pek çok ilgili konunun yeniden ele alınıp tanımlanmasını gerektirmektedir.

Olağanüstü durumlarda medyanın haber verme refleksi nasıldır ya da nasıl olmalıdır?

Medya mesleğinde kökleşmiş bir anlayışı kısaca belirterek konuyu açmaya çalışalım... HABER BEKLEMEZ! Bilinçli her medya mensubu ve iddialı her medya organı, mesleki kariyer ve rekabet çerçevesinde, haber konusu olan her aktüel olaya en önce ulaşmayı, onu kendi mecrasından duyurmayı hedef alır. İşin özü budur. Bunun gerisi esasen teferruattır. Zira aynı alanda faaliyet gösteren kişi ve kurumların becerisi ile yayın politikalarının özelliğine göre farklılıkların olması tabiidir. Biraz daha açarsak; her yayın organı, önem verdiği alanlara yoğunlaşmaya çalışır ve en iyi performansı o kulvarda ortaya koymaya çalışır. Burada medya etik kuralları ile kişi ve kurumların bu kurallara riayet etme meselesi, tabii ki en önemli konuların başında gelir... Çoğu kez şöyle bir ikilem karşımıza çıkabilir: Habercilik mi, insanlık mı? Bu noktada hiç unutamadığım bir acı olayı örnek olarak vereyim. 1999 Kasım'ındaki Düzce

.....
Yüzyıl önceki, elli yıl önceki, hatta on yıl önceki medya ve iletişim kavramının içeriği ile bugün hüküm süren anlayış ve etkileşim, çok çok farklıdır ve bu da pek çok ilgili konunun yeniden ele alınıp tanımlanmasını gerektirmektedir.

Depremi sırasında, çıkan bir yangını çeşmeden kovayla su taşıyarak; söndürmeye çalışan bir kadının, çekim yapan televizyon kameramanına söylediği şu cümle tüylerimi diken diken etmişti: "Orada insanlar yanıyor, resim çekeceğinize siz de bir kova su taşıyın!.." Evet, işte burası püf noktası... Ne pahasına olursa olsun görevi yapmak mı, yoksa görevi ikinci plana itip daha ulvi bir iş yapmak mı?

Olağanüstü durumlarda, medyanın haber verme konusunda tabii olarak bir refleksi vardır. Aslında bu olağan hallerdeki habercilikten tamamen farklı bir



Daunt

şey de değildir. Netice olarak yapılan şey haberciliktir. Ancak kitleleri heyecanlandırarak, endişelendirecek, tahrik edecek ve yanlış yönlendirecek kapasiteye sahip medya organları, etik kurallar içinde hareket etmediği takdirde, böyle heyecanlı ortamlarda, tafisi imkânsız büyük zararlara yol açabilir. Burada ülkelerin medya mevzuatı ile sektörde çalışanların uymayı taahhüt ettiği meslek ilkeleri çok önemlidir. İki ayrı örnekle, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerdeki farklı durumlara dikkat çekmek isterim. 11 Eylül 2001 tarihinde, New York'taki Dünya Ticaret Merkezine yapılan saldırıda, en az üç bin kişi hayatını kaybetti. Fakat ikiz kulelerdeki yangın sırasında, kendini camdan atan bir iki insan silüetinden başka, yerde ne yanmış cesetler ne de kan revan görüldü!.. Amerikan medya organları, müthiş bir disiplin içinde, bu korkunç olayı vermeleri gereken çizgiler içinde sundu... Aynı şeyi İngiltere ve İspanya'daki bombalama olaylarında da müşahade ettik. Benzer bombalama olayları bizim ülkemizde cereyan ettiğinde, medyaya yansıyan görüntüleri hatırlayınız... Mesela son olarak Ankara Gar'ındaki bombalama olayı ile Paris'teki saldırıları mukayese

11 Eylül 2001 tarihinde, New York'taki Dünya Ticaret Merkezine yapılan saldırıda, en az üç bin kişi hayatını kaybetti. Fakat ikiz kulelerdeki yangın sırasında, kendini camdan atan bir iki insan silüetinden başka, yerde ne yanmış cesetler ne de kan revan görüldü!.. Amerikan medya organları, müthiş bir disiplin içinde, bu korkunç olayı vermeleri gereken çizgiler içinde sundu...



ediniz. Televizyonlar, gazeteler burada ve orada neyi gösterdi, neyi göstermedi?

Gelişmiş Batı ülkeleri, kendi ülkesinin imajı bozulmasın, mesela turizm sektörü zarar göstermesin diye azami dikkati gösterirken, pirenin deve yapıldığı bizim ülkemizde durum nasıldır acaba? Vuku bulmuş bir örnek olarak hatırlatalım: İstanbul Sultanahmet Meydanında, çöp tenekesine yerleştirilmiş bir ses bombasının patlaması dahi, çok abartılı bir biçimde TV ekranlarında tekrar tekrar köpürtülerek yayınlanmıştır. İşte burada medyanın milli şuuru ve ülke menfaatlerine karşı hassasiyetinin derecesi karşımıza çıkıyor. Basit, sıradan bir olayı bile, çok olağanüstü bir hadise gibi sunan gazetecilik anlayışında, elbette ciddi problem vardır. Lakin bu problemlerin giderilmesi her zaman kolay olmamakta... Siyasi tavırlar, ideolojik saplantılar, dış odaklarca güdülen şer unsurlar vs. her biri farklı yerlerden beslenen olumsuzlukların, sonuç olarak hem toplumun ruh sağlığı üzerinde, hem de ülkenin ulusal menfaatleri bakımından çok ciddi hasarlara yol açtığı bir gerçektir. Bakınız Amerika Birleşik Devletlerinde, her yıl polis kurşunuyla ölen vatandaş sayısı, ortalama bin beş yüz civarındadır. Aynı ülkede bireysel eylem veya örgütsel terörist saldırılar sonucu ölen kişi sayısı bu sayının onda biri bile değildir. Fakat o ülkenin medya disiplini, bu tabloyu çok dikkatli bir şekilde kamuoyuna sunar. Bir başka çarpıcı örnek vermek isterim. Birinci Körfez Savaşı sırasında, petrol kuyusu yangınından sonra oluşan kirlilik göletinde çırpınan bir karabatak kuşunu haftalarca ekranlardan indirmeyen Amerikan medyası, aynı savaş ve devamında ölen yaklaşık iki milyon insanın



hayatıyla ilgili doğru dürüst haber dahi yapmadı!.. Şüphesiz bunun gibi sayısız örnekler verebiliriz.

Medyanın görevi, toplumu bilgilendirmek ve önemli olaylar hakkında kamuoyunu aydınlatmaktır. ABD’de her yıl meydana gelen kasırgalar sırasında, fırtına kritik safhaya çıktığında olağanüstü durum ilan edilir. Bu zamanlarda televizyonlar, fırtınanın kaçınıcı safhada olduğunu gösteren özel işaretleri, ekran kenarında sürekli olarak yayınlar. Bu, halkın her an bilgi edinmesini ve ona göre yaşam tedbirini almasını sağlayan bir bilgilendirmedir. Bizim ülkemizde de, toplumun bilgi edinmesi, bir hak seviyesine çıkarılmış ve bununla ilgili anayasal düzenleme yapılmıştır... Vatandaş gerekli gördüğü takdirde, belli konularda devlet makamlarından bilgi isteyebilir. Şayet devlet sırrı niteliği ya da açıklanmasında, herhangi bir özel sakınca yoksa bu talebe olumlu cevap verme mecburiyeti vardır. Hem bu hak çerçevesinde hem de düşünceyi ifade etme ve yayma bağlamında, medya kuruluşlarına da önemli ayrıcalıklar tanınmıştır. Bu ayrıcalıkları kullanırken, medya organları kesinlikle sorumlu davranmak zorundadır. Aksi halde, ister olağan ister olağanüstü durumlarda olsun, habercilik adına birey ve toplum açısından büyük facia ve tahribata yol açabilecek yayınlar cereyan edebilir.

Özetlemek gerekirse, medya çok önemli bir güçtür. Bu gücün her zaman sorumlu biçimde ve elbette hem meslek ahlakı hem de hukuk kuralları çerçevesinde kullanılması şarttır. Böyle bir gücü kötüye kullanmak, her an felaket getirebilir...



EMİNE SARE AYDIN

YARD. DOÇ .DR.

KADEM KADIN VE
DEMOKRASİ DERNEĞİ
GENEL BAŞKANI**Bir Olağanüstü Durum Olan Kadın
Cinayetlerinde Medyanın Olaya Bakış
Açısının Değerlendirilmesi**

Günümüzde toplumsal bir olguya dönüşen kadına yönelik şiddet, temelde kadın-erkek arasındaki güç ilişkisinden kaynaklı, kadın mağduriyetine dayanan bir insan hakları ihlali olarak karşımıza çıkmaktadır. Kadına yönelik şiddetin dil, din, ırk, sınıf, mezhep, cinsiyet ayırt etmeksizin tüm toplumların ortak sorunu haline gelmiştir. Şiddet, kendisini çok farklı biçimlerde göstererek, hem nicelik hem de nitelik olarak değişkenlik arz etmekte, bu durum şiddetle mücadeleyi çok daha zor hale getirmektedir. Türk Dil Kurumuna göre şiddet, 'bir hareketin, bir gücün derecesi, yeğlilik, sertlik, karşıt görüşte olanlara kaba kuvvet kullanma, kaba güç, duygu veya davranışta aşırılık' gibi anlamlara gelmektedir. Bu tanım dahilinde şiddeti duygusal, fiziksel, cinsel, ekonomik ve toplumsal cinsiyete dayalı şiddet olarak dört farklı kategoride incelenebilir.

Cinsiyet, yaş, statü, eğitim seviyesi gözetmeksizin toplumun her kesiminin maruz kaldığı şiddetin en mağdur kesiminden biri de kadınlardır. Kadına yönelik şiddetin biyolojik, psikolojik ve toplumsal farklı sebepleri vardır. Bu sebepler, 'kültürel kodlar, cinsiyet rolleri, erkek egemen toplumsal yapı, güç ve kontrol sağlama, bağımlılık, ekonomik nedenler, şiddetin kanıksanması ve normalleştirilmesi, teknoloji, medya ve görsel iletişim araçlarının olumsuz etkisi, dini kaynakların yanlış yorumlanması, göç ve silahlı çatışmaların sebep olduğu şiddet' olarak sıralanabilir. Günümüzde toplumsal bir olguya dönüşen kadına yönelik şiddet, temelde kadın-erkek arasındaki güç ilişkisinden kaynaklı, kadın mağduriyetine dayanan bir insan hakları ihlali olarak karşımıza çıkmaktadır.

Toplumsal Cinsiyet Rollerini

Biyolojik cinsiyetten farklı olarak, kadın ve erkek arasında toplumsal düzlemde ortaya çıkan iş bölümü ve ilişkiler bütününde, kadının cinsiyeti

sebebiyle uğradığı ayrımcılığın sebeplerinden biri de toplumsal cinsiyet rolleri olarak karşımıza çıkmaktadır. Cinsiyete dayalı bu roller, cinsiyete dayalı iş bölümü gibi hayatın birçok alanında cinsiyete dayalı ayrımcılığın da kaynağını oluşturmaktadır.

Toplumsal cinsiyet kavramı birçok değişkeni içerisinde barındırmakla birlikte, temelde erkeğin fiziksel olarak kadından üstün olduğu düşüncesi üzerine kurulmuştur. Ancak, şiddet gibi sosyal olgular asla tek bir nedenle açıklanamaz. Zira, şiddet olgusuna çoklu nedensellik bağı hakimdir. Dolayısıyla, şiddetin geniş bir perspektiften ele alınması gerekir. Yalnızca cinsiyet rollerinin değil, cinsiyet kimliği ile iç içe geçmiş birçok diğer kimliğin de bu güç ilişkisinde etkili olduğu görülmektedir.

Medyada işlenen suçun ne şekilde cezalandırılması ve yasalarda ne gibi düzenlemeler yapılması gerektiğinden çok, magazinsel bir dille şiddet vakalarının detayları aktarılmaktadır. Dolayısıyla, kadına yönelik şiddeti önlemede, şiddeti meşrulaştıran bu tür habercilik anlayışına karşı durulmalıdır.

Bu ilişkiler bütününde kadının pasif, zayıf ve hassas olarak değerlendirildiği geleneksel kodlardan ve toplumsal cinsiyet rollerinden kaynaklı ön kabulleri aşmak, kadını birey olarak kadın kimliğiyle sahip olduğu tüm yasal ve toplumsal haklara erişimini sağlamak ve kadın ile erkek arasında ontolojik açıdan hiyerarşik bir üstünlük olmadığı bilincini zihinlere yerleştirmek gerekmektedir.

Kadına Yönelik Gerçekleşen Şiddetin İstatistikleri

Dünyada yaşanan kadına yönelik şiddet oranlarına bakıldığında, BM Nüfus Fonu'nun (2014) verilerine göre; her üç kadından birinin şiddete maruz kaldığı görülmektedir. Aile ve Sosyal Politikalar Bakanlığı ile Hacettepe Üniversitesi'nin 2015 yılında yaptığı "Türkiye'de Kadına Yönelik Aile İçi Şiddet Araştırması"na göre; "her 10 kadından 4'ü eşi veya birlikte olduğu erkeğin fiziksel şiddetine maruz kalıyor ve her 10 kadından 3'ü şiddete fiziksel olarak karşılık veriyor ve evini kısa süreliğine terk ediyor. Şiddet gördüğü için kurumsal başvuruda bulunanların oranı ise yalnızca %11 ve kadınların yüzde

44'ü şiddetten kimseye söz etmiyor." Bu verilere bakıldığında, kadına yönelik şiddetin dünya genelinde yaygın bir olgu olduğu görülmekle birlikte, kadınları koruyan ulusal ve uluslararası ölçekte yapılan birçok yasal düzenlemeye rağmen, uygulama safhasında hala üzerinde durulması gereken ciddi bir vak'a olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yasal Düzenlemeler

Kadına yönelik şiddetin kavramsallaştırılarak, "özel olarak" bu alana ilişkin yasal düzenlemelerin yapılması yenidir. Bu belgelerden biri Türkiye'nin ilk imzacısı olduğu İstanbul Sözleşmesidir. Sözleşme, kadına yönelik şiddeti insan hakkı ihlali olarak sayarak uluslararası bir bağlayıcılığı olan ilk düzenleme olması ve şiddetle mücadele için kurumsal mekanizma öngörmesi bakımından önemlidir. Farklı şekillerde kendisini gösteren kadına yönelik şiddet olgusu, İstanbul Sözleşmesi'nde belirtildiği şekilde "tehdit, zorlama veya özgürlüğün rastgele bir biçimde kısıtlanması da dahil olmak üzere, kadınlara fiziksel, cinsel, psikolojik veya ekonomik zarar ve acı verilmesi sonucunu doğuracak toplumsal cinsiyete dayalı tüm şiddet eylemlerini kapsamaktadır."

.....
**Şiddet vakalarının ortaya
 çıkmasında medyanın rolü,
 medyanın kullandığı dil, görsel ve
 hedef noktasının da tartışılması
 gerekmektedir.**

Ülkemizde kadına yönelik şiddete ilişkin olarak çıkarılan bir diğer yasal düzenleme 6284 sayılı "Ailenin Korunması ve Kadına Yönelik Şiddetin Önlenmesine Dair Kanun" ile yapılmıştır. 6284 sayılı kanun maddesinde belirtildiği üzere, "şiddete uğrayan veya şiddete uğrama tehlikesi bulunan kadınların, çocukların, aile bireylerinin ve tek taraflı ısrarlı takip mağduru olan kişilerin korunması ve bu kişilere yönelik şiddetin önlenmesi amacıyla alınacak tedbirlere ilişkin usul ve esaslar" belirlenerek kadına yönelik şiddeti önleme noktasında yapılan yasal düzenlemelere uygulama alanında yenilikler getirilmiştir. Ancak, kadın haklarına yönelik yapılan yasal düzenlemeler tek başına yeterli değildir, yasalarla korunan kadın haklarının uygulamada ve pratik düzeyde de toplumsal, siyasal ve ekonomik hayatta karşılık bulması, toplumsal bilincin bu yönde geliştirilmesi, dönüştürülmesi ve farkındalığın arttırılması gerekmektedir.



GLOBAL ECONOMY

NEWS

MARKET FACES
deepen
economy

Sexy vs. Skank
VOGUE.COM

90% OFF

HAPPY

ROLEX

Calvin Klein

REVIEW

Education

BOMB KILL

Business

RETAIL

from

after

CU

GABRIANA
LINE

ROLEX
circles

Medya ve Şiddet

Günümüzde şiddet vakalarının hemen her gün gazete manşetlerinde ve sosyal medyada mağduru hedef olarak normalleştirilmesi, bu vakaların hayatın rutini haline gelme duygusu ve bu yönde gelişen algı son derece tehlike arz etmektedir. Esasen şiddet, salt bir kadın meselesi olarak değil,



Genellikle üçüncü sayfa haberi olarak aktarılan kadına şiddet olaylarında, failerin eylemlerini meşrulaştıran bir habercilik dili kullanılmaktadır.

görünenin ötesinde insanlık onuruna zarar vermesi bakımından yasalarda da bir insan hakkı ihlali olarak ele alınmaktadır. Şiddetin etkili ve caydırıcı bir yaptırımının olmaması, ceza infaz sisteminde yaşanan sorunlar, kültürel ve geleneksel anlayıştan kaynaklı değişkenler ve çoğunlukla şiddetin gizli kalması sebebiyle süreklilik kazandığı da ortadadır.

Medyanın haberleri sunuş biçimine bakıldığında, şiddetin normal bir davranış biçimi ve haklı nedenleri olduğu görüşünü ortaya koyduğu görülmektedir. Bu durumun gerek haberlerde gerekse dizi ve filmlerde normalleştirilmesi, bireyleri şiddete karşı duyarsız hale getirmektedir. Dolayısıyla, şiddet vakalarının ortaya çıkmasında medyanın rolü, medyanın kullandığı dil, görsel ve hedef noktasının da tartışılması gerekmektedir. Medyada verilen kadın cinayeti haberleri, genellikle failin dilinden anlatılarak olay en ince ayrıntısına kadar işlenmektedir. Genellikle üçüncü sayfa haberi olarak aktarılan bu tür olaylarda, failerin eylemlerini meşrulaştıran bir habercilik dili kullanılmaktadır (aşk, tahrik, kıskançlık cinayeti vs.). İşlenen suçun ne şekilde cezalandırılması ve yasalarda ne gibi düzenlemeler yapılması gerektiğinden çok, magazinsel bir dille şiddet vakalarının detayları aktarılmaktadır. Dolayısıyla, kadına yönelik şiddeti önlemede, şiddeti meşrulaştıran bu tür habercilik anlayışına karşı durulmalıdır.

Şiddet vakalarında şiddet gören kadının medyaya yansıtılması ve işleniş biçimine bakıldığında, kadının özel yaşamı ifşa edilerek şiddet olayının da meşrulaştırıcı bir dille sunulduğu görülmektedir. Cinayet haberlerinin videolarının yayınlanması ve şiddet gören kadının hayatını deşifre eden manşetlerin kullanılması, şiddete karşı toplumsal sağduyuyu arttırmak ve bilinçlendirmek yerine bu tür haberlerle okuyucunun veya izleyicinin dikkatini çekerek medya, şiddeti meşrulaştırıcı bir araca dönüşmektedir. Bu tür şiddet vakalarında, izleyicinin veya okuyucunun dikkatini çekmek için medyanın mağdur olan kadını (örn. gelinlikli bir fotoğraf kullanarak) hedef alıp haberleştirilmesinde reyting maksadıyla habercilik yapan bir dil karşılaşılmaktadır.

Kadın bedeninin kullanılarak olayların detaylandırılması, özel hayat kavramında da bir farklılaşma meydana getirmektedir. Cinayet vakalarını en ince detayına kadar işlemek, toplumsal algıda taklit etme durumlarını ortaya çıkarabilmektedir. Aksine, faileri ön plana çıkaran bir medya dili ise, zaman içerisinde faili kahramanlaştırarak mağdurun unutulması durumuna yol açmaktadır. (Örneğin, Münevver Karabulut cinayetinde fail Cem Garipoğlu'nun durumu)

Özgecan Aslan Cinayetinin Medyada İşleniş Biçimi

Diğer kadın cinayeti haberlerinde olduğu gibi Özgecan Aslan cinayetinde de medya tarafından şiddet detaylandırılarak aktarılmıştır. Bu kadar ayrıntının işlenmesi, toplumu şiddetin en uç noktası olan cinayeti normal bir olaymış gibi düşünmeye sevk etmiştir. Nedensellik bağıyla birlikte verilerek medyaya yansıtılan bu tarz haberlerin cinsiyetçi bir söylemle sunulması, kadın kurbanın

da eleştirilmesine yol açmakta, bu da cinayeti meşrulaştırmanın bir başka yolu olarak karşımıza çıkmaktadır.

.....
**Kadın bedeninin kullanılarak
 olayların detaylandırılması, özel
 hayat kavramında da bir
 farklılaşma meydana getirmektedir.
 Cinayet vakalarını en ince detayına
 kadar işlemek, toplumsal algıda
 taklit etme durumlarını ortaya
 çıkarabilmektedir.**

Kadın cinayetlerinde failerin yakalanmış olmaları yeterli değildir, failere verilecek caydırıcı bir özel ceza infaz sisteminin getirilmesi gerekmektedir. İyi hal indirimi, haksız tahrik indirimi gibi

uygulamalar şiddet sonucu hayatını kaybeden kadınların hayatlarını önemsizleştirmekte, değersizleştirmekte ve toplumsal adalete olan inancı zayıflatmaktadır. Sivil toplumun eliyle, şiddetin yüksek sesle kınanması ise, kadına şiddet vakalarında verilecek hukuksal kararları etkilemesi bakımından son derece önemlidir.

Özgecan cinayetinin mahkemeye taşınmasının ardından, savcının mütalaası sonucunda üç sanığa ağırlaştırılmış müebbet hapis ve toplumda yarattığı infial nedeniyle de cezaların indirim yapılmadan en üst sınırdan verilmesi kararıyla şiddet faillerine hiçbir tolerans gösterilmemesi ve diğer şiddet vakalarına emsal teşkil etmesi bakımından önemlidir. Zira, şiddet hiçbir şekilde tolere edilmemeli, kadına şiddete yönelik hiçbir suç cezasız kalmamalıdır.

terans Salonu

BiP

Medya Tüketici
Durumunda Me



MERT HÜSEYİN ERGÜL
BİRSAM ARAŞTIRMACISI
FRANSA

Paris'te Gerçekleşen Terör Olaylarında Fransa Medyasının Refleksleri

Paris'te meydana gelen 13 Kasım saldırılarının medyada ele alınış biçiminden bahsettiğimiz taktirde konunun çok farklı boyutları olduğu gerçeğiyle karşı karşıya olacağız.

Saldırının ülke içinde yarattığı etkiyi tahmin etmek çok zor değil: Aynı tarihlerde Türkiye'de gerçekleşen G20 zirvesine dahi damga vurdu bu olaylar. Öyle ki, G20 tarihinde ilk kez deklarasyon metninde terörle mücadele ifadesine yer verildi. Zirvede ekonomiden ziyade güvenlik konuşuldu. Ya da beklenmeyen şekilde Avrupa'nın güvenliği ele alındı da diyebiliriz.

Olayın meydana geldiği akşamdan itibaren görsel medya ciddi derecede titiz davrandı. Toplumda infial yaratacak içerik ve söylemden uzak durdu. Hatta "Allah-u Ekber" diye bir yalan çıkarıldı o süreçte ivedilikle, bu yalan Fransa medyasında pek tutmadı ama Türkiye'de tutar gibi oldu; özellikle sosyal medyada ve bazı basın kuruluşlarının sosyal medya hesaplarında. Sadece konser salonunda camdan sarkan insanların videosunu gördük, bu paylaşıldı medya sitelerinde ve aslında durumun vahametini ciddi şekilde ortaya koyuyordu da. Ciddi derece özet bir görüntüydü o video. Fransa kan içerikli terörize edici görüntülerin paylaşılmaması gerektiğini özellikle Charlie saldırılarından sonra daha net şekilde anladı diye düşünüyorum. Medyanın kan içerikli görüntü hassasiyeti şaşırtıcı derecede değişti. Örneğin polisin vurulma videosunu herkes hatırlıyordur. Buna benzer bir videonun restoran versiyonu çok ilginç bir şekilde ortaya çıktı: İngiliz Daily Mail gazetesinin restoran sahibi ile güvenlik kayıtları için 50 bin EURO karşılığında pazarlık yaptığı ortaya çıktı. Bunun üzerine Paris Belediyesi saldırılardan zarar gören mağazalara yaptığı yardımı bu restorana yapmamaya karar verdi. TV ve gazeteler bu tarz görüntülere de yer vermedi. Sadece Parisien Gazetesi kanlı görüntülere yer verdi o da ciddi şekilde eleştirildi.

Bu işin görüntü kısmı, içerik olarak ele aldığımızda korku ve savaş arasında kalmış bir medya görüyoruz. Tek kelimelik manşetler ile korku ve savaşa



vurgu yapıldı. Hatta bu kez “savaş” manşeti medyanın ele almasının yanında toplumda da kabul gören bir ifade oldu.

Olayın meydana geldiği akşamdan itibaren görsel medya ciddi derecede titiz davrandı. Toplumda infial yaratacak içerik ve söylemden uzak durdu. Hatta “Allah-u Ekber” diye bir yalan çıkarıldı o süreçte ivedilikle, bu yalan Fransa medyasında pek tutmadı.

Toplum 11 Eylül söylemini Charlie Hebdo’da tüketti ve bu sefer 11 Eylül’ün tepkimesi olan “savaş”ı ele aldı. Hem toplum nazarında hem de siyasi çevrelerde savaş kelimesine isteklilikle tutunuldu.

Zaten hemen, olayın akşamından itibaren güvenlik uzmanları, Ortadoğu uzmanları ve emekli generaller tv’lerde yer almaya başladı.

Medyanın yayınları ile ötekileştirme ve toplumsal kırılmalara sebep olacak içerikten uzak durduğunu düşünüyorum, gerek manşetler; gerek içeriklerle bir topluluğu hedef alan pozisyon edinmedi asla. Fakat, olayın bilimsel boyutunu ele alış biçimi bize ders olmalı diye düşünüyorum; Charlie Hebdo sonrasında Fransa’daki İslam algısı üzerine saha araştırmalarına yer veriliyordu gazetelerde. Bu sefer ise tırnak içinde “Cihadist Terörün” sebepleri üzerine psikolojik ve sosyolojik araştırmalar ve röportajlar yayınlandı. Bu cidden yapıcı bir faaliyetti ve bu sayede insanlar cihada katılanların yüzde 40’nın sonradan din değiştirenlerden medyana geldiğini öğrenmiş oldu.

OLAĞANÜSTÜ DURUMLARDA MEDYA

22 Aralık 2015 – Salı / 13.00-15.00
İstanbul Ticaret Üniversitesi
Sütlüce Kampüsü Konferans Salonu



BİRSAM



İsmail
Türky
Olağan
Paylas

Sare
KADE
Bir Ola
İstism
Değer

Merve
Gazete
Olağan
Gereke

Engin
İstamb
Medya
Durum

OLAĞANÜSTÜ DURUMLARDA MEDYA PANELİ

2. OTURUM BİLDİRİLERİ

MERVE ŞEBNEM ORUÇ

ARAŞTIRMACI - GAZETECECİ

OLAĞANÜSTÜ DURUMLARDA MEDYANIN DİKKAT
ETMESİ GEREKEN DURUMLAR

ENGİN ÇAĞLAK, YARD. DOÇ.DR

İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM GÖREVLİSİ

OLAĞANÜSTÜ DÖNEMLERDE MEDYAYI DOĞRU OKUMAK



BiRSAM
FOR THE STRATEGIC AND POLITICAL NEEDS

MERVE ŞEBNEM ORUÇ
ARAŞTIRMACI - GAZETECİ

Olağanüstü Durumlarda Medyanın Dikkat Etmesi Gereken Durumlar

Olağanüstü durumlarda medyanın rolü üzerine açacağım tartışmaya popüler kültürden bir örnekle başlamak istiyorum.

Habercilik ve medya üzerine yoğunlaşan, Jeff Danilels'in başrolünü oynadığı ünlü HBO dizisi Newsroom'un 2. sezonunda bir bölümde ABD'nin Usame Bin Ladin operasyonu konu alınmıştı. Bazı çevrelerce büyük bir tartışma konusu haline gelen bölümde, haber departmanına bir şekilde, Amerikan askerlerinin Pakistan'da Usame bin Ladin'in yerini tespit ettiği ve o gece operasyon düzenleneceği bilgisi gelir. Haber atlatmanın, haberi en önce vermenin, son dakikayı herkesten önce geçmenin hayat memmat meselesi olduğu haber endüstrisinde böyle bir gelişme, bir haber merkezinin başına kırk yılda bir gelecek bir şeydi. Ancak, yapılan iç değerlendirme sonucunda, haber merkezi oybirliğiyle bu haberi yayınlamamaya karar verdi ve haberi önce vermek yerine gecenin sonunda Beyaz Saray'ın açıklamasına kadar bekledi. Bunun nedeni çok basitti. Söz konusu gelişme haber yapıldığında, operasyonu tehlikeye atabilir, Amerikan askerlerinin hayatını tehdit edebilecek bir gelişmeye neden olabilir ya da en basitinden Bin Ladin'in kaçmasına neden olabilirdi.

Bu, ifade ve medya özgürlüğünün en geniş alana sahip olduğu ülke olan ABD'de söz konusu olan mevzu 'ulusal güvenlik' ve 'ülke menfaatleri' olduğunda medyanın neyi öncelediğine ve nasıl bir sorumluluk gösterdiğine önemli bir örnek olabilir.

Çoğunuzun bildiği bir tabir vardır: "Köpeğin insanı ısırması değil, insanın köpeği ısırması haberdur." Buna göre, haber medyası aslında genel olarak olağanüstü durumları bildirmektedir. Yani olağanüstü durumlar medya için olağanüstü değil, olağan meselelerdir. Bu da haberciliğin temel elementlerinin, olağanüstü durumlarda bir istisna gerektirmeyecek şekilde uygulanmasının bir rutin, bir norm olduğunu ortaya koyabilir.

Az evvel verdiğim örnekte olduğu gibi, bir ülkenin ulusal çıkarlarını tehdit eden bir suçlunun kaçmasına, ya da adli meselelerde bir hırsızın, bir katilin,



bir tecavüzcünün yakında yakalanacak olduğunu öğrenmesine neden olabilecek bir haber yapmak, her ne kadar haberi herkesten önce vermek gibi görünse de olayların seyrine müdahaledir. Oysa doğru, dürüst ve gerçek haber yapmak, en başta haber niteliği taşıyan olayın gelişimine müdahil olmamakla mümkündür.

Medya gerçekten de dördüncü kuvvettir. Ama her erk gibi bu erki de kötüye kullanmak toplumun zarar hanesine yapılacaktır. Her kuvvetin yanında gerektirdiği azımsanmayacak sorumluluğu olduğu gibi medyanın da vardır.

Neyi, nasıl, ne zaman, nerede ve ne şekilde haber yaptığın ve neyi haber yapmadığın, bir şekilde dünyanın gidişatını değiştirebilir. Örneğin Arap Baharı'nı sadece bir yönüyle gören El Cezire, ya da Irak Savaşı'nın sadece bir yüzünü gösteren CNN, bizden büyük resmin tamamını saklamıştır. Arap Baharı'nın Mısır ayağında sadece Tahrir'i gösterip Mübarek yanlılarının

Habercinin liyakati, bağlılığı ve sadakati topluma karşıdır. Bir partiye, bir yönetime, bir iktidara karşı sorumlu olmayacağı gibi, haberci, bir örgüte, bir kuruluşa, bir sermaye grubuna karşı da sorumlu olmamalıdır. Birinci sorumluluğu insanlardır.

sesine kulak tıkayan medya, birkaç yıl sonra gelecek karşı devrimin ve Mısır darbesinin milyarlarca insan için şok etkisi yapmasına neden olan kritik detaylardan biridir.

"Code of Ethics" olarak tabir edebileceğimiz gazeteciliğin temel elementlerinin mümkün olduğunca uygulandığı haberler, manipulatif,

spekülatif ve çarpıtma niteliği taşımamakla birlikte, olağanüstü durumlarda bile doğru, dürüst ve ilkeli haber yapmayı sağlayacaktır.

Habercinin birinci yükümlülüğü gerçeklerdir. Felsefi ya da bilimsel gerçeklikten farklı olan habercilik gerçeği, haber toplama ve teyit mekanizmalarının düzgün çalışmasını, teyitsiz ve boşluklu haber yapmamayı, manipülasyona açık kapı bırakmamayı, kaynaklar, metotlar konusunda olabildiğince şeffaf olmayı kendiliğinden beraberinde getirir.

Habercinin liyakati, bağlılığı ve sadakati topluma karşıdır. Bir partiye, bir yönetime, bir iktidara karşı sorumlu olmayacağı gibi, haberci, bir örgüte, bir kuruluşa, bir sermaye grubuna karşı da sorumlu olmamalıdır. Birinci sorumluluğu insanlardır. Ancak, çalıştığı kuruma, desteklediği partiye, üye olduğu gruplara karşı koyup toplumu her şeyin önünde tutmak gazetecinin en büyük meselesidir.

Bu yüzden haberci, vicdan sahibi olmalıdır. Korkmadan ve kayırmadan haber yapabilmek, toplumun önceliklerini herkesin ve her şeyin üstünde tutmak, bu işin anahtarıdır ancak sadece vicdan sahiplerinin yapabileceği bir şeydir.

Haberci eleştiriye açık olmalıdır. Kendisi eleştirebildiği gibi, aynı zamanda eleştirilebilir olmalıdır. Zira eleştirilmezlik zırhı, haberciyi imtiyazlı bir kişi haline getirir ve açık ve demokratik bir toplumda eleştiri üstü hiçbir kişi ve kurum yoktur.

Haberci, 'sansasyonel' ile 'önemli'yi birbirinden ayırt edebilmelidir.

Habercinin yaptığı haber, kapsamlı ve orantılı olmalıdır. Karşıt fikirlere yer vermeli, kaynakları olabildiğince geniş ve açık tutmalıdır.

Habercilik, en nihayetinde açık istihbarattır. Ve istihbarat, iyi niyetli olduğunda bir milletin, bir devletin, bir toplumun kolektif çıkarlarını koruyabileceği gibi, kötü niyetle kullanıldığında kolektif zarara da neden olabilir.



ENGİN ÇAĞLAK

YARD. DOÇ .DR.

İSTANBUL TİCARET
ÜNİVERSİTESİ ÖĞRETİM
GÖREVLİSİ**Olağanüstü Dönemlerde Medyayı Doğru Okumak**

Medya olayları ve olguları bilgilendirmek amacıyla aktarırken çoğu zamanda olumlu veya olumsuz etkilerini de bireylere ve kitlelere iletmektedir. Özellikle olağanüstü durumlarda bu etkilerin çarpanları artmakta ve medyayı doğru okumak da bir o kadar zar olmaktadır. Toplumun bir üyesi olan birey medyayı ne kadar doğru okuyabilir ve çözümleyebilirse toplumda aynı değerde sağlıklı ve sağduyu sahibi olabilir. Bu çalışmada medya okuryazarlığının temelleri, tarihe mal olmuş geçmiş örnekler ve yakın tarihi örneklerle ele alınarak incelenmiştir.

1. Medya Okuryazarlığının Temelleri

Medya okuryazarlığı, yazılı ve yazılı olmayan farklı formatlardaki (televizyon, video, sinema, reklamlar, internet vs.) iletilere erişim, onları çözümüleme, değerlendirme ve iletme yeteneği olarak tanımlanmaktadır. (Koltay, 2011: 212) Medya Okuryazarlığı Merkezi kurucusu ve Başkanı Elizabeth Thoman; medya okuryazarlığının, öğrencilerin yalnızca gördükleri medya ürününü okumalarını değil, aynı zamanda onu yaratma sürecinde de etkin rol almalarını gerektiren bir hareket olduğunu vurgular.

Bu konudaki ilk sistematik tanımlamayı Finli araştırmacı Sirkka Minkkinen 1978'de yapmıştır. Minkkinen'e göre medya okuryazarlığı, bilişsel, etik, felsefi ve estetik konulardaki becerileri geliştirmeyi hedeflemektedir. (İnceoğlu, 2011: 19)

Kuzey Amerika'da yer alan ilk Kitle İletişim Araçları (KİA) araştırmaları, KİA'nın etkileri üzerine yoğunlaşıyordu. 1930'ların başlarındaki bu çalışmalar Kanadalı araştırmacı Harold Lasswell'in ortaya attığı hipodermik iğne teorisinin egemenliği altında sürdürülüyordu. Bu teoriye göre insanlar, medyanın sürekli bir biçimde enjekte ettiği savunmasız bireyler olarak görülüyordu. (Taşkıran, 2007: 7)

1980'lere gelindiğinde, medyanın ideolojik gücünün imgenin doğallaştırılmasına bağlı olduğu kabul edildi. Böylece kurgulanmış iletiler doğal olarak kabul görmüş oldular. İmge ve temsillerin tüketimi de medya okuryazarlığının odak noktası haline geldi (Taşkiran, 2007: 92). 1980'lere kadar medya okuryazarlığı eğitimi Avrupa ülkelerinde yaygınlaştı.

1991'de Fransa'nın Toulouse kentinde yapılan uluslararası sempozyumda Afrika, Asya ve Güney Amerika'dan gelen katılımcıların önerdiği alternatif tanımlardan en çok kabul göreni şudur; "Medya okuryazarlığı, gerek iletişimin demokratikleşmesi, gerek toplumun ve teknolojik geleneksel medyanın gelişimi ve özgürlüğünün kullanımında topluluğun üyelerinin, yaratıcı ve eleştirel olarak katılımını (planlama, üretim ve sunum aşamalarında) sağlayan eğitsel bir süreçtir". (Taşkiran, 2007: 7)

İngiltere ve İskandinav ülkelerinde medya okuryazarlığı uzun zamandır tartışılıyor olsa da, AB kurumsal düzlemine medya okuryazarlığı kavramının girmesi ancak 2000 yılı sonrasına denk gelir (Pekman, 2011: 42). 2000 Lizbon Zirvesi'nden bu yana medya okuryazarlığı konusunda fikir üretme toplantıları düzenlenmiş ve e-egitim girişim bünyesinde otuz kadar medya okuryazarlığı projesi için 3,5 milyon Euro destek verilmiştir (Pekman, 2011: 43).

Daha sonraları etki araştırmalarından farklı olarak ilgi, 'medya takipçileri' olarak nitelenen hedef kitle üzerinde yoğunlaşmaya başladı. Kullanımlar ve doyumlar yaklaşımı bağlamında; 'kitle iletişim araçlarının insanlara ne yaptığı değil, bireylerin medyaya ne yaptığı, medyayı hangi amaçlar için kullandığı' araştırılmaya çalışıldı. (Çağlak, 2015)

1.1 Leon Festinger ve "Bilişsel Çelişki" Kuramı

Prof. Leon Festinger'in bilişsel uyum kuramına göre insanların sahip oldukları tutumlar, inançlar ve değerler, kendi arasında tutarlı ve uyumludur.

İnsanlar medyadan ya da herhangi bir enformasyon kaynağından kendi tutum ve düşünceleriyle tutarlı olmayan mesajlar aldıklarında yapacakları iki şey vardır: Birincisi ya kendi düşünceleriyle tutarlı olan mesajları alırlar; ya da kendi düşünceleriyle çelişen mesajları reddederler. İkincisi de uyumsuzluk konusunun önemini azaltırlar; ya da kendi düşünceleriyle uyumsuz olan mesajları kabul edip, kendi tutum ve davranışlarını, aldıkları bu mesajla uyumlu hale getirirler. (Hepkon ve Aydın, 2011: 75)

1.2 Algı Seçiciliği Kuramı

Algı seçiciliği kuramı ise iki ana madde üzerinde özetlenebilir.

1. Seçici Maruz Kalma: Bazı insanlar, bilerek, bazı TV kanallarını izler, bazı dergi ve gazeteleri okurlar. Bazı insanlar da kendi düşüncelerine karşı olan TV kanallarını izlemez, gazete ve dergileri okumazlar; bunlardan bilinçli olarak kaçınırlar. Bu davranışa "seçici maruz kalma" denir.

2. Seçici Hatırlama: İnsanlar medyadan edindikleri enformasyon ve düşüncelerden, yalnızca kendi istediklerini hatırlarlar, istemediklerini hatırlamazlar.

İngiltere, Avustralya, Kanada ve ABD'de medya okuryazarlığı eğitimcileri birtakım ilkeler konusunda uzlaşmaya varmışlardır.

a- Medya mesajları itinayla seçilmiş, düzenlenmiş, gözden geçirilmiş ve kurgulanmış yapılardır. Her ne kadar gerçek gibi görünse de bize sergilediği dünya gerçek olan değil, gerçeğin medya tarafından temsil edilmiş biçimidir.

b- Medyanın bize dünyayı sunuş biçimiyle medya tüketicilerinin dünyayı algılayışı arasında sıkı bir ilişki vardır.

c- Medya iletileri bünyesinde değer ve ideolojileri barındırır.

d- Medya mesajları, ekonomik, sosyal, siyasal, tarihsel ve estetik bağlamlar içerisinde üretilir.

e- Medya iletileri, insanların sosyal gerçekliği kavramalarını sağlar. (Pekman, 2011: 40)

Medya okuryazarlığının hedefleri ise çok geniş yelpazeye yayılır; Demokrasi, yurttaşlık bilinci ve siyasal katılımı teşvik etmek. Irk, sınıf ve toplumsal cinsiyet ayrımcılığını asgariye indirmek. Uyuşturucu kullanımı ve şiddeti önlemek. Eğitim düzeyini iyileştirmek gibi bir takım hedefler ve öneriler içermektedir. Bazı eleştirmenler ise "medya okuryazarlığını bir 'felsefe' 'sonsuz bir süreç' ve 'eleştirel bir düşünce biçimi' olarak algılamak gerektiğini düşünmektedirler. (Özad, 2011: 89)

Dünyada her ne kadar uluslararası düzeyde bir medya okuryazarlığı hareketi varsa da farklı Avrupa ülkelerinde uygulanan medya okuryazarlığı genelde



İki tür yaklaşım vardır.

1. Aristokratik yaklaşıma göre; medya ve popüler kültüre karşı düşmanvari bir yaklaşım söz konusudur. Bu 'alt' kültüre karşı 'yüksek' kültürü savunduğu gibi, eğitsel sistemin kurallarına ve geleneksel değerlerine dayanır.

2. Demokratik yaklaşımda ise, çocukların kendi başlarına medyayı kullanımları, tercihleri ve bundan aldıkları zevk ön plandadır. Bu yaklaşım da popülist bir biçime dönüşme olasılığını artırma riski taşımaktadır. (Potter, 2011: 134).

2. Tarihe Mal Olmuş Olağanüstü Durumlarda Medyayı Okumak

Tarihin pek çok kanlı sayfası yanlış bilgilendirme, algı yönetimi, propaganda ve medyayı doğru okuyamamanın acı örnekleriyle doludur. Ülkemiz tarihini yakından ilgilendiren ve öne çıkan birkaç örneği kısaca irdelenmiştir.

2.1 Thomas Edward Lawrence ve Ortadoğu

Osmanlı İmparatorluğunun Ortadoğu coğrafyası üzerindeki etkisini kırmak ve petrol kaynaklarını ele geçirmek için emperyalist ülkelerin yüzyıllık planları geçmişte olduğu gibi günümüzde de etkisini göstermektedir. Arap Lawrence olarak bilinen İngiliz istihbarat subayı Thomas Edward Lawrence, Arapları Osmanlıya karşı kıskırtmış, imparatorluğu bölmüş ve sömürülebilir küçük Arap devletçikleri üretmişlerdir. O dönemde yapılan propagandalarla Arap milleti Osmanlıya adeta düşman kesilmiştir.

2.2 1915 Broken Hill Olayı ve Propagandayı Görebilmek

Osmanlı İmparatorluğunu bitirmek isteyen batılı devletler, İstanbul'a giden yolun Çanakkale'den geçtiğini bilmektedir. Yeni Zelanda ve Avusturalya hükümetleri Kraliçe'ye bağlılıklarını bildirmek için İngiltere'ye 50 bin asker sözü vermişlerdir. Ancak askere katılım istedikleri seviyede olmayınca, Avusturalya topraklarında meydana gelen veya getirtilen olay bir propaganda aracı olarak kullanılmış ve kısa zamanda da amacına ulaşmıştır.

2.3 Arap Baharı İlkbahar mı Yoksa Sonbahar mı?

İletişim teknolojilerinin gelişimi algı yönetimini ve propaganda araçlarını da değiştirmiştir. Truva'nın atı gibi hediye edilen teknoloji Ortadoğu ve Arap dünyasını fazlasıyla etkilemiştir. Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinin

liderleri, Arap halklarının siyasi reform, bağımsız ve adil seçimler, hukukun üstünlüğünün tesisi gibi taleplerini yansıtmaktan uzak kaldıkları için halk isyanlarına maruz kalmıştır (Şen, 2012: 101).

Truva'nın atı gibi hediye edilen teknoloji Ortadoğu ve Arap dünyasını fazlasıyla etkilemiştir. Ortadoğu ve Kuzey Afrika ülkelerinin liderleri, Arap halklarının siyasi reform, bağımsız ve adil seçimler, hukukun üstünlüğünün tesisi gibi taleplerini yansıtmaktan uzak kaldıkları için halk isyanlarına maruz kalmıştır

Devlet düzenlerine baktığımızda, totaliter ve baskıcı rejimlerin hüküm sürdüğü Arap dünyası protestolarla sallanmaya başladı. Birçok kişi bu devrimlerin ABD ve Avrupalı ülkelerin etkisi var demekle birlikte; sosyal medyadaki örgütlenmelerin olmadığını da kimse iddia edemedi (<http://1sosyalmedya.com>). EL Cezire ile Arap halkları ortak sorunlara sahip olduklarını fark etmeye başlamıştır.

Protesto gösterileri Tunus'ta başladığında sürecin tüm Arap coğrafyasına yayılması El Cezire kanalı aracılığıyla mümkün olmuştur. Sosyal paylaşım sitelerinin kullanımının yaygınlaşması ile Arap toplumları daha fazla paylaşımda bulunmaya başlamıştır. Böylece Arap toplumlarında otoriter yönetimlerden duyulan rahatsızlığa ilişkin bir "ortak bilinç" oluşmuştur. Domino etkisinin meydana gelmesinde, bu ortak bilincin arka planındaki sosyal medyanın payı büyüktür.

2.4 Gezi Parkı Olayları ve Sosyal Medyayı Doğru Okumak

Arap dünyasında esen rüzgarlar Türkiye'de de hissedilmiş veya hissettirilmeye çalışılmıştır. İstanbul Taksim'deki Gezi Parkı bir anda eylemlerin merkezi haline gelmiştir. Türk basını ve okuru yeni bir sınavla karşı karşıyadır.

Anadolu Ajansı (AA) CNN International New York ofisi önündeki altı kişilik protestoyu 'flaş haber' olarak duyurdu (30 Haziran). Star ve Sabah gazeteleri haberde eylemi kalabalık göstermek için başka mitingün fotoğraflarını kullandı. Takvim'den asılsız iddialar: Takvim gazetesi Ethem Sarısülük'ün Türk bayrağı yaktığı şeklinde bir yalan haber ve DHKP-C kamplarında eğitim gördüğü iddiasıyla asılsız fotoğraf yayımladı (27 - 26 Haziran). Takvim'den



hayali röportaj: Takvim gazetesi, Gezi Parkı'na polis müdahalesini canlı yayında aktaran CNN International'ın ünlü sunucusu Christiane Amanpour ile hayali bir röportaj yaptı (18 Haziran). Röportajın başlığında "Kirli itiraf!", içeriğindeyse "Her şeyi para için yaptık" yazdı. Gezi belgeseli zor yayımlandı: CNN Türk bir hafta boyunca tanıtımını döndürdüğü Rıdvan

Akar'ın Gezi Parkı belgeselini yayımlamaktan vazgeçti (8 Haziran). Tepkiler üzerine yayımladı (10 Haziran).

Fakat sosyal medyada takip edeceği içeriği doğrudan kullanıcılar seçer. Sosyal medyadan takip ettiğiniz size özel içeriği arkadaş olduğunuz veya takip ettiğimiz kişiler oluşturur ve onları kendi listelerinizde bir araya getirenler de sizlersiniz. Doğal olarak ağırlıklı şekilde kendi dünya görüşünüze yakın kişiler ile arkadaş olur veya bu görüşteki insanları takip edersiniz. Sosyal medyada karşınıza çıkan içerik de onların ürettikleri olduğu için bir anlamda sizin göreceğiniz içeriğin tarzını en baştan "haber kaynaklarınızı" kendiniz belirleyerek siz tanımlamış oluyorsunuz. Bu durum aynı zamanda sosyal medyayı kontrol edilebilmesi oldukça zor bir güç haline getiriyor.

Sonuç

Sonuç olarak anlaşılmaktadır ki medyayı doğru okumak, ister olağan şartlarda isterse olağanüstü şartlarda olsun, ülkelerin ve toplumların kaderini belirlediği bir gerçektir. Medyayı doğru okuyabilmek, sağduyu sahibi olmak toplumların geleceklerini belirleyen büyük bir erdem olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışma tarihi olaylarda medyanın ve algı yönetiminin ne kadar önemli olduğunu gözler önüne sermiştir. Medyayı elinde tutan, emperyalist güçler, batılı devletler, uluslararası şirketler veya siyasal erk sahipleri bu gücün ve etkinin farkındadır. Medya okurları olarak biz de bu bilincin farkında olmalı ve medyayı ona göre okumalıyız. Bunu sağlayabilmek

içinde yapılması gerekenler; önce eğitimcileri bu konuda iyi eğitmek, eğitim sistemini bu konuda desteklemek, kadroları oluşturmak, ebeveynlerden ilgili bakanlıklara kadar uyumlu işbirliği sağlamak ve bütün bu çalışmaları uygun ortamlarda halka aktarmak olarak özetlenebilir.

Kaynakça

ÇAĞLAK E. (2015) Kitle İletişim Kuramları, Basılmamış Ders Notları.

HEPKON, Z., AYDIN, O. Ş. (2011). "Medya Okuryazarlığına Politik Bir Bakış: Medya Okuryazarlığı Hareketi", Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşomen Yayıncılık, s. 73-86.

İNCEOĞLU, Y. (2011). "Medyayı Doğru Okumak", Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşomen Yayıncılık, s.19-23.

KOLTAY, T. (2011). "The Media and The Literacies: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy", Media Culture Society, 33(2) s.211-221.

ÖZAD, B. E. (2011). "Medya Okuryazarlığı ve Yetişkinlerin Öğrenmesi", Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşomen Yayıncılık, s. 87-95.

PEKMAN, C. (2011). "Avrupa Birliğinde Medya Okuryazarlığı" Nurçay Türkoğlu, Melda Cinman Şimşek (der.) Medya Okuryazarlığı, İstanbul: Parşomen Yayıncılık, s. 37-45.

POTTER, W. J. (2011). Media Literacy 5th edition, California: SAGE Publications.

ŞEN, G. (2012) "İran ve "Arap Baharı": Bağlam, Söylem ve Siyaset", Ortadoğu Etütleri, 3(2), 95-118.

TAŞKIRAN, N. Ö. (2007). Medya Okuryazarlığına Giriş, İstanbul: Beta Basım.

<http://1sosyalmedya.com>

BİRSAM HAKKIMIZDA

BİRSAM
ORGANİZASYON YAPISI
LOGOMUZ VE ANLAMI

Birsam

BİRSAM - Birlik Stratejik Araştırmalar Merkezi daha yaşanabilir bir dünya inşa etmenin yollarını araştıran, bu idealin önündeki engellerin çözümlerini bulmak için çaba sarf eden ve bu doğrultuda faaliyet gösteren bir düşünce kuruluşudur.

Faaliyet Alanları

Birbirinden farklı çalışma alanları ile faaliyet gösteren Birlik Stratejik Araştırmalar Merkezi (Birsam) Genel Koordinatör ve her bir çalışma alanından sorumlu olan direktörlükler ile faaliyetlerini sürdürmektedir. Birsam çatısı altında belirlenen çalışma alanlarında araştırma, gündem takibi ve toplantılar düzenlenirken işbirliği süreçleri ile ortak çalışmalarda bulunulur.

Yapılanma

Birlik Stratejik Araştırmalar Merkezi etkinliklerini 8 ayrı araştırma enstitüsü halinde yürütür. Bu enstitüler kendi içerisinde direktör, araştırmacı, etkinlik programı ve uygulama stratejisi ile hayata geçirir. Kurumsal örgütlenmesi, misyon ve vizyonu ile Selçuklu medeniyetine atıfta bulunur.



BİRSAM LOGOSU VE ANLAMI

Beyaz zemin üzerine lacivert renkli ve sekiz köşeli Selçuklu yıldızı, Sekiz köşeli yıldızın içerisinde Asya, Avrupa ve Afrika'yı kapsayan turkuaz renkli harita, Yıldızın solunda lacivert renkle "BİRSAM" ifadesinin yer almasıyla oluşur

YILDIZ

BİRSAM ambleminde kullanılan ana tema , Selçuklu medeniyetinin en önemli figürlerinden biri olan sekiz köşeli yıldız olarak belirlendi. Sekiz köşeli yıldız, Türk ve İslam medeniyetinde yaygın olarak kullanılan bir sembol olarak dikkat çekmektedir.

Sekiz köşeli yıldız, iki eşit büyüklükteki karenin çapraz şekilde üst üste konmasıyla oluşmaktadır. İki kare iki farklı dünyaya atıfta bulunur; bu karelerden biri maddi dünyayı diğeri ise manevi olanını ifade etmektedir. Bektaşilikten Nakşibendi'ye, Yesevilikten Kadiriliğe kadar geleneksel tasavvuf hayatında sekiz köşeli yıldız bu minvalde ele alınmış ve sekiz cennet kapısına işaret ettiği kabul edilmiştir.

RENK

Amblemdede yer alan "Turkuaz" rengi , Türk adından türemiş bir renk adıdır. Aynı adlı taşın rengi de olan "Türk rengi" olarak bilinmektedir. Turkuaz Selçuklu medeniyeti ile özdeşleşen ve dünyaca ün kazanan çinileri ve bozkırın bulutsuz gökyüzünü anımsatır. Amblemdede yer alan laciverte yakın koyu mavi ise asaleti temsil etmekle birlikte kültürümüzün tarihî birikimini anlatmaktadır. Beyaz renk ise istikrar, devamlılık , şeffaflık ve temizliği ifade eder.

HARİTA

Turkuaz renkli harita sekiz köşeli yıldızın içerisinde yer almaktadır. Afrika Avrupa ve Asya kıtasının yer aldığı haritada bu günkü anlamdaki ifadesiyle güneyde, güney Afrika cumhuriyeti, Kuzeyde Norveç, batıda Senegal, doğuda Tayland'ı kapsamaktadır. Harita binlerce yıllık Türk tarihi kapsamında kadim bir coğrafyaya ve medeniyetler sahasına atıfta bulunur.

BİRSAM

MEDYA OKURYAZARLIĞI
ENSTİTÜSÜ

YAYINLAR

| 8 Soruda Medyada Kadın Algısı - 8 Mart 2015

| Türkiye'de Medya ve Kadın İlişkisi - 10 Mart 2015

RÖPORTAJ**8 SORUDA MEDYADA
KADIN ALGISI**

BİRSAM - Kadın ve
Demokrasi Derneği
(KADEM) Ortak Yayını

**Medyada Kadınların İşlenişi 8 Mart'ta 8 Soru İle Cevap Buldu**

Kadın ve Demokrasi Derneği'nin Genel Başkanı Yard. Doç. Dr. Sare Aydın Yılmaz, Gazeteci ve yazar Sibel Eraslan, Merve Şebnem Oruç, Ak Parti MKYK Üyesi Sema Kırıcı, araştırmacı-yazar İpek Coşkun ve sivil toplum çalışmalarında bulunan Birleşmiş Siviller Derneği Başkanı Sümeyra Yerkeş kendilerine yöneltilen ortak sorulara yine kendi ilgi alanlarında yaptıkları değerlendirmeler ile yorumlarda bulundular.

Türkiye'de medyada işlenen kadın temsillerine dikkat çekmek için hazırlanan röportajlarda; medya için kadının ne demek olduğu, medyanın gözünde kadının nasıl bir profile sahip olduğu, kadınların medyada işlenişinin sosyo-psikolojik etkilerinin neler olduğu, toplumsal cinsiyet rollerini medyanın nasıl şekillendirdiği gibi 8 soru cevabını buldu.

Kadın ve Demokrasi Derneği'nin Genel Başkanı Yard. Doç. Dr. Sare Aydın Yılmaz röportajda kadınların medyada yeri hakkında; "Medya, kadın olmanın değerini ve önemini göstermemekte tam tersine kadın olmak medyada bir dezavantaj olarak



"Medyada farklı kadın tiplerinin sunuluyor olması medyanın var olan toplumsal sorunları kavradığı ya da yansıttığı anlamına gelmez. Burada profilden ziyade tüketicinin bunu nasıl içselleştirdiği önemlidir. Ticarileşmiş bir medya ikliminde herhangi bir konuda medyanın kamu yararı gözetmesini beklemek hayalcilik olur."

Sibel ERASLAN



"Medya, kadın olmanın değerini ve önemini göstermemekte tam tersine kadın olmak medyada bir dezavantaj olarak kadınlara yansıtılmakta ve kadınların özgüvenlerini zayıflatmaktadır"

Yar. Doç. Dr. Sare AYDIN



"Bazen foto galerilerde, film ve dizilerde 'cesurca' sergilenecek bir et parçası, bazen üçüncü sayfa haberlerini gerektiğince doldurabilecek bir mağdur"

Merve Şebnem ORUÇ

kadınlara yansıtılmakta ve kadınların özgüvenlerini zayıflatmaktadır" dedi. Merve Şebnem Oruç ise, "Bazen foto galerilerde, film ve dizilerde 'cesurca' sergilenecek bir et parçası, bazen üçüncü sayfa haberlerini gerektiğince doldurabilecek bir mağdur" sözleriyle medyada kadının rolüne dikkat çekti.

Medya Özendirici Olabilir

Röportajda içinde saldırganlık dürtüsü insanlar açısından medyanın özendirici olabileceğini belirten Sibel Eraslan; "Suçluların polise verdiği ilk ifadeler çerçevesinde tacizin veya cinayetin özellikle televizyon dizilerinden ve gazete haberlerinden esinlenerek gerçekleştirildiği ortadadır. Mahkumlarla yapılan anketlerde ve adalet bakanlığı analizlerinde medyanın suç teknikleri konusunda maalesef olumsuz bir etkisi söz konusudur" dedi.

Toplumsal Değişimde Medyanın Rolü

Toplumsal cinsiyetlerin şekillenmesi ile ilgili soruya Türk dizileri ile ilgili olarak yapılan araştırmayı örnek veren Sümeyra Yerkel, "Örneğin Türk dizilerinin Arap kadınlar üzerindeki etkisinden bahsederken, boşanmaların, kadınların özgüveninin, aile içi şiddetin beklentilerin yükselmesi ile arttığına yönelik bir tez söz konusu. Bunu farklı toplumlara uyarlamak da mümkün. Coğrafi, kültürel ve dinî olgulara göre cinsiyet rollerinin şekillenmesi değişkenlik gösterebilir. Bazı toplumlarda çok daha olumsuz yönde şekillenme görülebilirken, diğerlerinde daha olumlu manada biçimlenme gözlenebilir" toplumsal değişimde medyanın etkisi olabileceğine vurgu yaptı.



Türkiye'de Medya Kadın İlişkisi hakkında İstanbul Ticaret Üniversitesi öğretim görevlisi Doç. Dr. Oya Şakı Aydın ile gerçekleştirilen röportaj "medya kadın ilişkisi" bağlamında önemli tespitler içeriyor. BİRSAM Medya Okuryazarlığı Enstitüsü Araştırmacılarından olan Servan Yalçın'ın 10 Mart 2015'te gerçekleştirdiği röportajda önemli noktalara değinildi.

Röportajdan Notlar:

Sizce medyanın gözünde kadının nasıl bir profili var ve sizce bu profil nasıl olmalı?

Aydın: "Medyada kadın çok çeşitli biçimlerde işleniyor, tek bir kadın profili olduğunu söyleyemeyiz. Esasında medyada birbiriyle çelişen kadın sunumlarına sıkça rastlıyoruz. Bazı içeriklerde kadın ev odaklı olarak gösterilirken bazı içeriklerde ise çalışan, kendi ayakları üzerinde duran bir kadın tipi görebiliyoruz. Medyada farklı kadın tiplerinin sunuluyor olması medyanın var olan toplumsal sorunları kavradığı ya da yansıttığı anlamına gelmez. Burada profilden ziyade tüketicinin bunu nasıl içselleştirdiği önemlidir. Ticarileşmiş bir medya ikliminde herhangi bir konuda medyanın kamu yararı gözetmesini beklemek hayalcilik olur. Diğer yandan, medya okuryazarlığının geliştirilmesinin ciddi bir etkisi olabilir. Bunun için medya tüketicisinin medya içeriklerinin kurgulanmış olduğunun farkında olması ve bu içeriklere eleştirel bir bakış açısıyla bakması önemlidir. Ayrıca tüketici konumundaki izleyicinin kendisinin içerik üretecek beceri ve imkânlarla sahip olabilmesi de hayati önem taşır."

Peki medyanın kadını bu şekilde 'işlemesi'nin sizce nedeni nedir?

Aydın: "Medya dediğimiz şey ticari bir kuruluştur. Sonuçta bir kamu hizmeti anlayışı gazetecilik mesleği etiği içerisinde var ama gazetecinin çalıştığı kurum içerisinde habere bir ürün olarak bakılıyor. Dolayısıyla böylesine ticarileşmiş bir ortamda en fazla sayıda kişinin medya içeriklerini tüketmesini sağlamak için en sansasyonel, yani en dikkat çekici başlıklar ve görsel malzeme kullanılıyor. Burada "insan ilgisi" önemli bir

Özellikle dizilere baktığımızda ağırlıklı olarak "zenginlik" sunumu olduğu görülüyor. Şiddet ve cinselliğin en fazla ön plana çıkarılan içerikler olduğunu da söyleyebiliriz. Üstelik sosyo-ekonomik düzey ne olursa olsun şiddet vurgulanıyor. Örnek vermek gerekirse "Paramparça" isimli dizide, sosyoekonomik olarak üst seviyedeki insanlar arasında da, sürekli bir kadının üstüne yürüme, kadına bağırma, kadına tokat atma sahneleri var. İzleyicilerde şöyle bir algı oluşuyor olabilir: "Bu kadar zengin bir kadın da bunu yaşıyorsa, benim yaşadığım son derece normal" gibi.

unsurdur. Kadın bedeni de bu bağlamda kullanılıyor. Reklamlar, haberler, diziler gibi içeriklerde kadın bedeni görsel malzeme olarak kullanılıyor. Burada kadın bedeninin metalaştırılması medyadaki mülkiyet ve sahiplik ilişkileri ve ticarileşme çerçevesinde düşünülmelidir."

Kadınların medyada işlenişi; izleyici konumunda olan kadınlarda nasıl bir sosyo-psikolojik değişime sebep oluyor?

Aydın: "Türk toplumunun medya içeriklerine aynen yansıdığını söylemek doğru olmaz. Zaten izlerkitle çoğu zaman "realiteden kaçış" eğiliminde olduğu ekranda kendisini değil, özlem duyduğu şeyleri izlemek istiyor. Özellikle dizilere baktığımızda ağırlıklı olarak "zenginlik" sunumu olduğu görülüyor. Şiddet ve cinselliğin en fazla ön plana çıkarılan içerikler olduğunu da söyleyebiliriz. Üstelik sosyo-ekonomik düzey ne olursa olsun şiddet vurgulanıyor. Örnek vermek gerekirse "Paramparça" isimli dizide, sosyoekonomik olarak üst seviyedeki insanlar arasında da, sürekli bir kadının üstüne yürüme, kadına bağırma, kadına tokat atma sahneleri var. İzleyicilerde şöyle bir algı oluşuyor olabilir: "Bu kadar zengin bir kadın da bunu yaşıyorsa, benim yaşadığım son derece normal" gibi. Bu bir tür tatmin yaratıyor olabilir. Diğer yandan şiddeti uygulayan açısından da normalleştirme anlamına geliyor. Her zaman fiziksel şiddet olmayabilir ama sözlü şiddet de psikolojik şiddet de çok önemli. Bu esasında şiddet uygulayan için de şiddetin mağduru olan için de sıradanlaştırma ve meşrulaştırma anlamına geliyor. "

