

Türkiye’de Mülteci Krizinde “Web Sitelerinin” Kullanımı: Suriyeli Mültecilerle İlgili Web Sitelerinin Karşılaştırmalı Analizi

Use of the “Websites” in the Refugee Crisis in Turkey: A Comparative Analysis of Web Sites
Related to Syrian Refugees

Selma KOÇ AKGÜL*
Betül PAZARBAŞI**
Murathan BİRİNCİ***

Öz

Bu çalışma, Türkiye’deki mültecilerle ilgili olarak görev yapan ulusal ve uluslararası yardım kuruluşlarının internet üzerinden yürütmüş oldukları faaliyetlere odaklanmaktadır. Ampirik analiz, Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü, Uluslararası Mülteciler Yüksek Komiserliği’nin (UNHCR) Türkiye şubesi ve Mültecilerle Dayanışma Derneği’nin (Mülteci-Der) resmi web sitelerini kapsamakta olup şu soruların yanıtı aranmaktadır: Resmi web siteleri öncelikle kime, ne tür bilgi sağlamakta, nasıl dizayn edilmekte ve mülteci sorunlarının çözümüne ilişkin belirlenen politikaları nasıl yansıtmaktadır? Söz konusu resmi web siteleri enformasyon akışı ve bilgi paylaşımı açısından mültecilerin topluma entegrasyonunu sağlayacak yeterli ve etkin iletişim olanaklarını kullanıcılarına sunmakta mıdır? Web siteleri; Rachel K. Gibson, Michael Margolis, David Resnick ve Stephen J. Ward tarafından siyasi partilerin web sitelerinin analizinde kullanılan “web site analiz ölçeği” kullanılarak analiz edilmiştir. Kuruluşların resmi web siteleri 1-28 Şubat 2018 tarihinde incelenmiş, siteler fonksiyon ve sunum özellikleri sağlama kapasitelerine göre puanlandırılmıştır. Araştırmada, enformasyon akışı ve paylaşımı açısından Türkiye’nin resmi kurumları olan AFAD ve Göç İdaresi web sitelerinin diğerlerine göre daha etkin dizayn edildiği bulgulanmıştır.

* Doç. Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kocaeli, Türkiye, selmakoc68@hotmail.co.uk, Orcid ID: 0000-0001-7889-6749.

** Dr., Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kocaeli, Türkiye, betul_pazarbasi@yahoo.com, Orcid ID: 0000-0001-5199-4867.

*** Yüksek Lisans Öğrencisi, Kocaeli Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Kocaeli, Türkiye, murathan.birinci@gmail.com, Orcid ID: 0000-0002-9067-4695.

Anahtar Kelimeler: Web Siteleri, Suriyeli Mülteciler, İçerik Analizi, AFAD, Göç

Abstract

This study focuses on the activities of national and international aid organizations which were conducted on the Internet regarding refugees in Turkey. Empirical analyses comprise the official websites of the following institutions; Disaster and Emergency Management Presidency (AFAD), Immigration Administration General Directorate of the Ministry of Interior, International High Commissioner for Refugees-Turkish Department (UNHCR), and the Association for Solidarity with Refugees in Turkey (Mülteci-Der). Following questions are inquired: How do official websites primarily provide information, how they are designed, and how do they reflect the policies that are relevant to the resolution of refugee problems? Do these official websites provide users sufficient and effective communication facilities for the integration of refugees in society in terms of information flow and information sharing? Websites were analyzed by using the “web site analysis scale” used by Gibson et al. in their analysis of political parties’ web sites during the election campaigns in the US and UK. The official websites were reviewed for 28 days between 1 - 28 February 2018 and rated according to their capacity to provide function and presentation features. In the study, it was concluded that in terms of information flow and sharing, the websites of the Turkey’s official institutions, AFAD and Migration Administration, are designed more effective than others.

Keywords: Web Sites, Syrian Refugees, Content Analysis, AFAD, Migration

Giriş

Dünyanın çeşitli bölgelerinde yaşanan savaşlar ve iç çatışmalar, o bölgelerde varlığını sürdüren çoğu kadın, çocuk ve yaşlı binlerce insanı topraklarından, ülkelerinden kopararak yaşamlarını devam ettirebilmeleri için komşu ülkelere göç etmek zorunda bırakmaktadır. Türkiye de, sınır komşusu Suriye’de yaşanan iç karışıklıktan büyük oranda etkilenmekte ve bu ülkeden gelen göç dalgasıyla mücadele etmek zorunda kalmaktadır. Zira Suriye’de yaşanan iç savaşta yüz binlerce insan yaşamını yitirmekte, milyonlarcası da göç ederek hayatta kalmaya çalışmaktadır. Birleşmiş Milletler Mülteciler Yüksek Komiserliği’nin (UNHCR) 9 Mart 2018’de yaptığı açıklamada ülkesini terk etmek zorunda olan Suriyeli mülteci sayısı 6,1 milyon olarak ifade edilirken, 5,6 milyon kişinin de başta Türkiye olmak üzere bölgedeki diğer komşu ülkelere sığındığını belirtmektedir. Suriye’deki sivil halkın yüzde 69’u aşırı yoksullukla mücadele etmekte ve acil insani yardıma ihtiyaç duymaktadır (“7. yılında Suriye’deki”, 2018).

UNHCR, 14 Aralık 1950’de Birleşmiş Milletler Genel Kurulu tarafından kurulmuştur. Amacı, mültecilerin sığınma talebinde buldukları ülkelerde güvenli bir şekilde kalabilmesini sağlayıcı kalıcı çözümler üretebilmektir. Kalıcı çözümden kasıt, mültecilerin ülkelerine geri dönmelerinin sağlanması veya sığındıkları ülkeye entegre edilmeleri ya da üçüncü bir ülkeye kalıcı bir şekilde yerleştirilmeleridir. Mülteciler, kendileri istemedikçe ülkelerine geri gönderilemezler. Onlara yönelik yardımlar afet yönetim alanına girmektedir. Suriye örneğinde olduğu gibi yoğun sığınmacı girişinin yaşandığı olağanüstü durumlarda tek bir ülkenin insani yardım faaliyetini gerçekleştirmesi mümkün

olamamakta, başta UNHCR olmak üzere diğer uluslararası kuruluşlar ve sivil toplum örgütleri mülteciler ile ilgili acil durum faaliyetlerinin paydaşları olarak ortak hareket etmektedirler.

Türkiye’nin Suriyeli sığınmacılara yönelik izlemiş olduğu açık kapı politikası ülkedeki sığınmacı sayısının her geçen gün artmasına neden olmaktadır. İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü’nün (Göç İdaresi) 1 Mart 2018 tarihli açıklamasında mülteci sayısındaki artışa dikkat çekilmekte, biyometrik verileriyle kayıt altına alınan Türkiye’deki Suriyeli mülteci sayısının bir önceki aya göre 74.385 kişi artarak toplam 3.540.648 kişi olduğunu belirtmektedir. Bu kişilerin 1.919.285’i erkek, 1.621.363’ü ise kadınlardan oluşmakta ve 228.197’si kamplarda yaşarken, 3.312.451 kişi ise kamp dışında yaşamaktadır.

Türkiye’de bulunan Suriyelilerin topluma entegre edilmesi hiç de kolay olmamakta, ekonomik, sosyal ve siyasal alanlarda çeşitli tartışmalar, çatışmalar yaşanmaktadır. Stephen Castles ve Mark J. Miller’in (2018) da belirttiği gibi, mülteciler belli iş kollarında çalışmakta ve düşük gelir gruplarının yaşadığı yerlerde yaşamlarını sürdürmektedirler (s. 18). Dolayısıyla, topluma uyum konusunda sorunlar çözülememekte ve toplumsal çatışmalar baş göstermektedir. Bu açıdan değerlendirildiğinde Türkiye’deki Suriyeli mülteciler şiddet ve taciz başta olmak üzere pek çok sorunun kaynağı olarak görülmekte, sıklıkla ülkelerine geri gönderilmeleri ile ilgili talepler gündeme gelmektedir.

İlk göç kuramcısı olarak bilinen Ernst Georg Ravenstein göç akışlarının basamaklar halinde ilerlediğini ifade etmektedir. Ravenstein’e göre göçün yedi kanunundan biri göçmenlerin kısa mesafeli yerleri öncelikle tercih etmeleridir (akt. Göker ve Keskin, 2015, s. 233). Bu durumda, yaşanan Suriyeli mülteci akınında mesafenin önemli olduğunu ve Türkiye’nin kimi Suriyeli mülteciler için Avrupa’nın diğer ülkelerine göç edebilmek amacıyla gidilmesi gereken ilk basamak ülke olarak görüldüğünü söylemek mümkündür.

Suriyeli mülteci olgusu, Türkiye’nin göç veren ülke statüsünden, göç alan ülke statüsüne geçişini belirginleştirmiştir. Serdar Ünal’ın ifadesiyle “Geçmişe kıyasla Türkiye oldukça çeşitlenen göçmen kategorilerini bünyesinde barındıran, göç alan ve geçiş ülkesi olma konumunu sürdüren çok boyutlu bir göç sistemine sahip görünmektedir (akt. Göker ve Keskin, 2015, s. 233).

Mültecilerin sosyo-kültürel ve ekonomik dokusu geldikleri ülke, cinsiyet, eğitim düzeyi ile birlikte ülkede kalınan süreyle de orantılı olarak pek çok alanda sorun oluşturmaktadır. En temel sorunlar ekonomi, eğitim, dil, sağlık, yasal düzenlemeler ile entegrasyon ve iletişim gibi konularda yoğunlaşmaktadır. Diğer önemli bir sorun ise Suriyeli mülteciler ile ilgili algı ve psikolojik sorunlardır. Örneğin Göksel Göker ve Savaş Keskin (2015) medyada Suriyeli mültecilerin temsili ile ilgili çalışmalarında mültecilik gibi bir taraftan yersiz yurtsuz bırakılmış, diğer taraftan aidiyet ve vatandaşlık bağlamında çeşitli sosyal, ekonomik ve siyasi haklardan mahrum edilmiş, en dipte yer alan dezavantajlı bir grup konumunda bulunan göçmenlerin, haberlerde ve diğer medyatik temsil kategorilerinde “sorunlu” bir konuma indirgenmesinin sık karşılaşılan bir durum olduğunu ifade etmektedir (s. 254).

Son dönemde Türkiye’de de, olumlu bakış açısının yanı sıra ‘sorunlu’ konumları da tartışılan Suriyeli mültecilerle ilgili araştırmalara bakıldığında literatürde mülteci entegrasyonu ile ilgili

çalışmaların yoğun olduğu görülmektedir. Bu çalışmalara, Mesut Yücebaşı'nın (2015) "Gaziantep Yerel Basınında Suriyeli İmgesi: Yeni Taşranın Yeni Suskunları: Suriyeliler", Zeki Boyraz'ın (2015) "Türkiye'de Göçmen Sorununa Örnek Suriyeli Mülteciler" ve Ömer Yavuz ile Sefa Mızrak'ın (2016) "Acil Durumlarda Okul Çağındaki Çocukların Eğitimi: Türkiye'deki Suriyeli Mülteciler Örneği" adlı makaleleri örnek olarak verilebilir.

Mültecilerle ilgili problemlerin kısa sürede çözüme kavuşturulabilmesi, mültecilerin topluma uyum sağlayabilmesi ve çatışmaların en aza indirilmesi amacıyla çeşitli iletişim olanaklarından yararlanılmaktadır. Kullanılan etkin iletişim kanallarından bir tanesi de, hiç şüphe yok ki, gelişen teknolojiyle birlikte yaygın hale gelen internet siteleridir.

Web sitesi kullanım oranı tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de sürekli artmaktadır. We Are Social ve Hootsuite'in (2018) ortaklaşa hazırladığı "Digital in 2018 in Western Asia: Essential Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and Ecommerce Use Across the Region, Part 1: North West" adlı raporda, 81 milyonluk nüfusuyla Türkiye'de nüfusun yaklaşık yüzde 67'sinin internet kullanıcısı olduğu ve kullanıcı sayısının yüzde 13 artarak 54.3 milyona eriştiği belirtilmektedir (s. 181). Söz konusu gelişme web sitelerinin özellikle olağanüstü durumlarda hedef kitleye çok daha kısa sürede düşük bir maliyetle etkin bir şekilde ulaşabilmek ve onları koordine edebilmek için kullanımını artırmaktadır.

Web sitelerinin mülteci krizi sürecinde kullanılması mültecilere yardım eden çeşitli kuruluşlara mültecilerle ve diğer kullanıcılarla etkileşime girme, içerik üretme/paylaşma ve onların sorunlarına çözüm üretme noktasında fırsatlar yaratmakta, aynı zamanda internet teknolojilerine odaklı yeni bir iletişim tarzına imkân sağlamaktadır.

Bu yeni iletişim tarzında Web 2.0 ve 3.0 temellenen internet dijitallik ve etkileşimsellik özelliğiyle mültecilerin ya da diğer kullanıcıların iletilerine anında tepki verme ve dâhil olma olanağı sunmakta, mültecilerden gelen geribildirimler ve yardım süreçleri büyük önem kazanmaktadır. Benzer şekilde, resmi ve özel kurumlarla birlikte haber web siteleri de mülteci sorunu ile ilgili uygulamaları takip etmekte, yardım kampanyalarının duyurulması, politik süreçler ve haber aktörlerinin paylaşımlarına olanak tanımaktadır.

Bu bağlamda, Suriye'den gelen mültecilerle ilgili yapılan destek ve yardım faaliyetlerinin yanı sıra Türkiye'yi basamak olarak görüp Avrupa ülkelerine yasa dışı yollarla göç etmeye çalışan Suriyeli mültecilerle ilgili internet haber sitelerinin kitleleştiği olumlu-olumsuz (nefret söylemi) iletiler örnek olarak gösterilebilir. Bilindiği gibi, özellikle Avrupa ülkelerine geçişler sırasında pek çok ölüm yaşanmış, Eylül 2015'te üç yaşındaki Suriyeli Aylan Kurdi'nin Bodrum sahilinde kıyıya vurmuş cansız bedeni Suriyeli mültecilere karşı duyarsız davranan Avrupa'nın bile vicdanını sızlatmıştır. Francesco D'Orazio'nun (2015) da ifade ettiği gibi, Aylan Kurdi'nin fotoğrafının haber sitelerinde yayınlanmasının hemen ardından 12 saat içinde 20 milyon kişinin internet üzerinden yorum ve paylaşımları yanında 30 bin tweet ile çevrimiçi tartışılması (s. 12), mülteci krizi konusunda küresel düzeyde farkındalığın yaratılması açısından internetin ve web sitelerinde yayınlanan içeriğin etkileme gücüyle birlikte etkileme alanının büyüklüğünü de gözler önüne sermektedir.

Suriyeli mülteci krizine ilişkin sorunların çözümüne katkı sağlaması açısından bu alanda aktif rol oynayan kuruluşların resmi web sitelerini nasıl dizayn ettikleri ve sorunun çözümü noktasında üretmiş oldukları politikaların neler olduğunun belirlenmesi çerçevesinde web site analizleri giderek önemli hale gelmektedir.

Bu bağlamda, bu çalışma ile amaçlanan, Türkiye için büyük önem arz eden ve kamuoyu gündeminden düşmeyen Suriyeli mültecilerle ilgili konularda ilk günden itibaren çözüm üretebilme amacıyla faaliyet gösteren Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı (AFAD), İçişleri Bakanlığı Göç İdaresi Genel Müdürlüğü (Göç İdaresi), Uluslararası Mülteciler Yüksek Komiserliği (UNHCR) Türkiye ve Mültecilerle Dayanışma Derneği’nin (Mülteci-Der) resmi web sitelerinin karşılaştırmalı analizinin yapılarak Suriyeli mültecilerle ilgili web sitelerinde enformasyon sürecinin nasıl yönetildiğinin ortaya konulmasıdır.

Sosyal Etkileşim ve Bilgilenme Alanı Olarak Web Siteleri

Gelişen teknoloji, iletişim yöntem ve tekniklerini de büyük ölçüde değiştirmektedir. Değişimin merkezinde internet dünyası yer almakta, dijital medya sayesinde bireyler ve sivil toplum aktörleri küresel olaylarda belirleyici unsur olarak ortaya çıkmaktadır. İnternet dünyası, dijital ortamda iletişim için kullanılan ve internetin olduğu her ortamda kolaylıkla ulaşılabilen materyaller anlamına gelmektedir.

Zaman ve mekân ihtiyacı olmaksızın internetin sağlamış olduğu avantajlar farklı kuruluşların web siteleri aracılığıyla kamuoyuna ulaşma çabalarını gündeme getirmiş ve web sitelerinin etkinliği giderek artmıştır. World Wide Web (WWW), internet aracılığıyla ulaşılabilen küresel bir elektronik yayıncılık aracı olarak tanımlanmaktadır. Metin blokları ve bu bloklar içine serpiştirilmiş resimler ile veri giriş formları gibi çoklu ortam nesnelere oluşan sayfaları kodlamak için kullanılan bir işaretleme dili olan Zengin Metin İşaret Dili (HTML) ile yazılmış dokümanlardan oluşur. Kişilere ya da kurumlara ait web sayfaları tasarlanarak alternatif bilgi ve enformasyon paylaşımı mümkün olabilmektedir. Tasarlanan bu web sayfalarının ulaşılabılır hale gelmesi için bir araya getirilmesi gerekmektedir. Bir araya getirilen web sayfalarının toplamı web sitesini oluşturmaktadır. İnternet üzerinden gerçekleştirilen hava durumuyla ilgili bilgilerden yemek tariflerini okumaya, sağlık konularından mültecilerle ilgili pek çok alanda bilgiye ulaşmaya olanak sağlayan bir internet kaynağı olan web sayfaları, web sitelerinin içerisinde bulunmaktadır.

Bu yapı içinde radyo, televizyon, gazete ve dergiler tarafından yayınlanan binlerce haber sitesi ile kişi ve kurumların oluşturduğu sayısız başka site yer almaktadır. Web’de meydana gelen değişim süreci Web 1.0, Web 2.0 ve son dönemlerde Web 3.0 terimleriyle ifade edilmektedir. WWW; yazı, resim, ses, film ve animasyon gibi pek çok farklı yapıdaki verilere kompakt ve etkileşimli bir şekilde ulaşılmasını sağlamaktadır. Bugün Web 2.0 dönemi yaşayıp gelecekte Web 3.0 kullanıcısı olacak internet kullanan kişi sayısı da her geçen gün artmaktadır. We Are Social ve Hootsuite’in 2018 yılına ait “Digital in 2018: Essential Insights into Internet, Social Media, Mobile, and Ecommerce Use Around the World” raporuna göre, dünya üzerinde dört milyardan fazla insan internet kullanmaktadır. (“Digital in 2018: Essential”, 2018).

İnternet teknolojilerinde değişim hız kesmemektedir. Çok yakın bir zamanda akıllı internet (yapay zeka) olarak adlandırılan Web 3.0 döneminin Türkiye'de de yaşanacağına dair söylemler internet medyasında yoğun olarak yer almaktadır. Zamanın çok daha efektif kullanılacağı bu teknolojiye arttırılmış gerçeklik algısıyla, birbiriyle bağlantılı birçok arayüze dokunmatik olarak ulaşabilmek ve kişiselleşmek mümkün olabilecektir.

Rachel Gibson ve Stephen Ward (2000), internet teknolojileri ile oluşturulan resmi ve özel web sitelerinin geleneksel kitle iletişim araçlarından farklı olarak iletişimin doğasını beş ayrı şekilde etkilediğini belirtmektedir:

1. Volüm (Hacim): İnternet aracılığıyla fazla miktarda bilgi kolaylıkla gönderilebilmekte ve paylaşımına açılmaktadır.
2. Hız: Verilerin sıkıştırılmış halde olması, belli bir mesajın gönderilmesi için gereken zamanı önemli ölçüde azaltmaktadır.
3. Format (Şekil): Mesajların ses ve görsel öğeler de içermesi dinamik ve çarpıcı bir şekilde gönderilebilmelerine ve kullanıcı tarafından da yüklenebilmesine olanak sağlamaktadır.
4. Yönelim: İnternet sayesinde iki yönlü, gerçek anlamda eşzamanlı ve karşılıklı etkileşimine dayanan iletişim mümkün hale gelmektedir. Ayrıca sitelerin içindeki çoklu metin (hypertext) içeren linkler aracılığıyla gruplar ve kişiler arasındaki yatay ve dikey iletişim imkânları da büyük ölçüde artmaktadır.
5. Kişisel Kontrol: Mesajların alınması ve gönderilmesi yönünde kontrol sahibi olunması, belli bir merkezde toplanmaya gerek kalmadan aranılan şeyin bulunabilmesine ve neyin yayınlanacağına karar verilmesine olanak tanımaktadır (s. 304).

Tüm bu özelliklere renkli, sesli ve görsel öge paylaşımının etkin olarak dahil edilmesi çeşitli alanlarda internet kullanımını yaygınlaştırmakta, hatta zorunlu kılmaktadır.

Mülteci Krizlerinde Web Sitelerinin Enformasyon Akışı ve Kullanımı

Teknolojinin gelişmesine paralel olarak internet kullanıcı sayısının artması ve her yaş grubundan insanın internet kullanıcıları arasında yer alması kurumsal web sitelerinin kurum ve kuruluşların en önemli tanıtım araçlarından biri haline gelmesine neden olmaktadır. Web siteleri aracılığıyla kuruluşlar; amaçlarını, faaliyet alanlarını, gerçekleştirmiş oldukları etkinlikleri, ne tür hizmetler sunduklarını, bu hizmetlerden yararlanmak isteyenlerin kiminle ve ne şekilde iletişim kuracağını ve hangi uygulamaları nasıl kullanacaklarını zaman kısıtlaması olmaksızın ayrıntılı olarak hedef kitlelerine anlatabilmektedir.

Web sitelerinin önemli özelliklerinden bir tanesi de kuruluş ile hedef kitle arasında doğrudan etkili bir iletişim olanağı sağlamasıdır. Kurumlar, resmi web siteleri aracılığıyla ziyaretçilerin göndermiş olduğu mesajlara anında ulaşabilmekte, tıklanma oranları sayesinde hedef kitlelerinin eğilimlerini kısa süre içinde öğrenebilmektedirler. Kurumların web sitelerini tasarım ve içerik üretimine bağlı olarak profesyonel şekilde yönetmesi, kurumun etkinliğiyle ilgili doğru ve güncel

bilgilere yer vermesi ve anlaşılır içerikte metin ve görsel öğelerle desteklenmesi, hedef kitlenin yanı sıra toplumun da bilgi alabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Mülteci krizlerinde etkileşimli iletişim ortamı olarak web siteleri vazgeçilmez bir öneme sahiptir. Zira mülteciler, kriz dönemlerinde göç etmek zorunda kaldıkları ülkelerde ulaşmak istedikleri ya da kendilerine ulaşmak isteyen hedef kitleyle internet teknolojileri aracılığıyla iletişim kurabilmektedirler. İnternet ortamı mesajların geniş hedef kitlelere ulaştırılması, beslenme, barınak, sağlık alanlarında problemlerin hızla çözümlenebilmesi açısından yeni imkânlar yaratmaktadır. Dolayısıyla, mülteci konusunda çalışmalar yapan AFAD, Göç İdaresi, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der gibi önemli kuruluşlar hedef kitleye ulaşma konusunda düşük maliyet içeren, ancak etkinliği yüksek olan internete yönelmektedirler. Benzer şekilde bu web siteleri, hatalı içerikte enformasyonları düzelterek Suriye ve mültecilerle ilgili efsaneleri ve yanlış anlaşılmaları gidermeyi de amaçlamaktadır. Örneğin, Birleşmiş Milletler ile Google’ın işbirliğiyle 2017 yılında dizayn edilen “Searching For Syria” (searchingforsyria.org) adlı web sitesi zamanın bu en büyük insanlık trajedisine daha temiz bir bakış açısı sunmayı ve insani çalışmalar için gereken desteği sağlamayı amaçlamaktadır. Web sitesi İngilizce, Fransızca, Almanca, İspanyolca ve Arapça olarak hizmet vermektedir.

Mülteciler ile sığındıkları ülkelerin vatandaşları arasında entegrasyonun yaratılması sürecine katkı sağlayan ve çalışma kapsamına alınan AFAD, Göç İdaresi, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der gibi resmi web sitelerinin aktif şekilde kullanmalarının nedenlerini, Gibson ve Ward’a (2000) atıfla, “enformasyon oluşturulması ve akışı”, “yardım ve destek kampanyaları düzenlenmesi”, “finansal kaynak oluşturulması”, “gönüllülük ağı oluşturulması” ve “sosyal etkileşim sağlanması” şeklinde beş başlık altında sıralamak mümkündür (s. 305).

Enformasyon oluşturulması ve akışı: Bu fonksiyon, mültecilere yardım kuruluşlarına ilişkin genel ve detaylı bilgilerin hedef kitlelere ne oranda iletildiğiyle ilgilidir. Bu doğrultuda, etkin bir web sitesinde bulunması gereken temel başlıklar, kurumsal tarih, kurum felsefesi, misyon, vizyon, yönetim bilgileri, personel bilgileri, kuruluşun ana sloganı, etkinlikler, kampanyalar, ulusal ve uluslararası medyadan çeşitli haberler, medya ilişkileri/basın odası (bültenler, haberler arşivi, vb.), kurumsal görsel kimliğin aktarımı (logo, marka ismi, amblem ve bunların öyküleri), duyurular, ödüller, fotoğraf galerisi, elektronik posta hizmeti, e-bülten, yararlı linkler ve sıkça sorulan sorulardır. İnternetin geniş kitlelere hitap etmesi ve düşük maliyetli bir yöntem olması bu konuda önemli bir avantaj sağlamaktadır.

Yardım ve destek kampanyaları düzenlenmesi: Mülteci yardım kuruluşlarının sosyal sorumluluk içeren kampanyalarının kamuoyu ile birlikte kullanıcılara aktarılmasıdır. Kampanyalar web sayesinde kolaylıkla düzenlenebilmekte ve desteklenmektedir. Özellikle yoğun internet kullanan gençlerde gönüllülük ve sosyal sorumluluk bilincinin artırılması önemlidir. Mülteci yardım kuruluşlarının modern web siteleri, çoğunluğunu gençlerin oluşturduğu yeni katılımcıların kazanılması ve onların söz konusu kampanyalara aktif katılımlarının sağlanması, kurum imajının pozitif çevrilmesi noktasında ciddi rol oynamaktadır.

Finansal kaynak oluşturulması: Bu tanımlamayla mülteci yardım kuruluşlarının kendilerine olan finansal desteği artırıp yeni gönüllüler kazanmak amacıyla gerçekleştirdikleri faaliyetler

kastedilmektedir. Finansal bağış ve yardımlar mülteci yardım kuruluşları için web sitelerinin en önemli ilgi odağını oluşturmaktadır. Ancak Türkiye gibi, devlet desteğinin sağlandığı ülkelerde bu konu daha az öneme sahiptir.

Gönüllük ağı (şebeke) oluşturulması: Bu ifadeyle mülteci yardım kuruluşlarının iç ve dış bağlantılarını oluşturmak ve güçlendirmek için yapmış oldukları faaliyetler kastedilmektedir. İç bağlantılardan kasıt, mülteci yardım kuruluşlarının ilgili çalışma alanında gönüllüler ve mülteci yardım kuruluşlarının yöneticileriyle yapılan bağlantıların yanı sıra diğer mülteci yardım kuruluşlarıyla kurulan bağlantılardır. Dış bağlantılar ise, mülteci yardım kuruluşları ile diğer kurumlar arasında, örneğin uluslar arası örgütler, ilgili devlet kuruluşları veya medya kurumları arasında kurulan bağlantıları ifade etmektedir.

Sosyal etkileşim sağlanması (ve teşvik edilmesi): Bu ifadeyle mülteci yardım kuruluşlarının gönüllülerin ilgili çalışma alanlarına katılımını arttırmak için uyguladıkları yöntemler kastedilmektedir. Ayrıca, gerçek zamanlı sohbet ve tartışma ortamları sayesinde gönüllülerin birbirleriyle eş zamanlı olarak çevrimiçi tartışmaları da mümkün olmaktadır.

Web siteleri, tanıma ve tanıtmaya faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde önemli imkânlar sunarken mülteciler, yabancısı oldukları ülkelerde hem kendi yakınlarına hem de sığınmacı oldukları ülkenin yetkilileri ile vatandaşlarına daha kolay ulaşabilmektedirler.

Türkiye’de Mülteci Krizlerinde Etkin Olan ve Analiz Kapsamına Alınan Kuruluşlar

Türkiye’deki Suriyeli mültecilerle ilgili konularda yardım çalışmalarını sürdüren hedef kitle, medya ve kamuoyunu bilgilendirmenin yanı sıra sorunlara çözüm üretmeye odaklanan AFAD, Göç İdaresi, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der’in resmi web siteleri çalışma kapsamında incelenerek karşılaştırmalı analizleri gerçekleştirilmektedir.

Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı

Türkiye’de yaşanan 1999 Marmara Depremi, afet ve acil durumlarda yetki ve koordinasyonun tek bir elde toplanmasını zorunluluğa dönüştürmüştür. 2009’da çıkarılan 5902 sayılı yasayla, Başbakanlığa bağlı Afet ve Acil Durum Yönetimi Başkanlığı oluşturularak yetki ve sorumluluklar tek bir çatı altında toplanmıştır. AFAD, afetlerin önlenmesi, zararlarının azaltılması konusunda Başbakanlığa bağlı olarak çalışmaktadır.

AFAD, afet ve acil durumlara ilişkin tek yetkili kurum olup, illerde doğrudan valiye bağlı İl Afet ve Acil Durum Müdürlükleri ile on bir ilde bulunan Sivil Savunma Arama ve Kurtarma Birlik Müdürlükleri vasıtasıyla çalışmalarını sürdürmektedir. Gerekliğinde tüm ilgili bakanlıklar, Genelkurmay Başkanlığı ve sivil toplum örgütleriyle koordineli bir şekilde hareket edebilmektedir.

Suriye’de yaşanan iç savaştan kaçan Suriyeli göçmenler konusunda da AFAD etkili çalışmalar gerçekleştirmekte, kurmuş olduğu 21 barınma merkezinde Suriyeli sığınmacılara sağlık ve eğitim olanakları sunmaktadır.

Göç İdaresi Genel Müdürlüğü

Türkiye göç hareketliliği açısından geçiş noktasında bulunmakta ve sınırları içinde milyonlarca göçmeni barındırmaktadır. Türkiye göçmen ve mülteci haklarının yasal çerçevesi uluslararası standartlara uygun hale getirmek amacıyla 2013 yılında 6458 “Sayılı Yabancılar ve Uluslararası Koruma Kanununu” kabul etmiştir. Göç konusunda etkin politikalar oluşturabilmek ve bu politikaları uygulayabilmek amacıyla 81 ilde Göç İdaresi Genel Müdürlüğü kurulmuştur. Genel müdürlük, göç alanında çeşitli kuruluşlar arasında koordinasyonu sağlamak, yabancıların Türkiye’ye giriş-çıkışları, sınır dışı edilmeleri gibi konularda faaliyetlerini yürütmektedir.

UNHCR Türkiye

UNHCR, 1950 yılında kurulmuştur. Günümüzde 128 ülkede 10.000 den fazla personeli ile faaliyet göstermektedir. UNHCR Asya, Afrika ve Ortadoğu’da yaşanan geniş çaptaki mülteci krizlerinde yardım kuruluşlarına liderlik etmektedir. Başarılı çalışmaları iki kez (1954 ve 1981’de) Nobel Barış Ödülü’yle ödüllendirilmiştir.

Mülteci konusunda 1960’tan beri Türkiye’yle yakın bir işbirliği sergileyen UNHCR’nin Türkiye operasyonu, Ankara merkez ofisi başta olmak üzere İstanbul, İzmir, Gaziantep, Hatay, Şanlıurfa ve Van illerini kapsamakta, bu haliyle örgütün dünyadaki en büyük operasyonlarından birini oluşturmaktadır. Türkiye ve UNHCR “Ev Sahibi Ülke Anlaşması”nı 1 Eylül 2016’da imzalamıştır.

Mültecilerle Dayanışma Derneği

Merkezi İzmir’de bulunan Mülteci-Der, ayırım gözetmeksizin ülkesinden ayrılmak zorunda kalan mültecilerin sorunlarını çözüme kavuşturabilmek amacıyla çalışan insani dayanışma örgütüdür. İlk şubesini 2012 yılında Edirne’de açan Mülteci-Der, mültecilerin ikamet ettiği şehirlerde hukuki ve sosyal konularda destek sağlayabilmek amacıyla eğitim seminerleri düzenlemekte ve farkındalık yaratmaya çalışmaktadır. UNHCR ile operasyonel ortaklık seviyesinde işbirliğinde bulunan dernek, Mülteci Hakları Koordinasyonu kurucuları arasında yer almaktadır.

Araştırmanın Metodolojisi

Web sitesi analizi, iletişim bilimleri dışında da pek çok disiplinin ilgi gösterdiği önemli bir çalışma alanıdır. Bu analizde kullanılan yaklaşımlar kalitatif (nitel) ve kantitatif (nicel) olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır. Bu çalışmalarda, çalışmayı uygulayan bilim dalına göre farklılık olsa da genel olarak sitenin amacı ve dizaynı sorunsalları ön plana çıkmaktadır.

Mülteci yardım kuruluşları için hizmet alanları ve uygulamaları konusunda daha fazla sayıda kişiye ulaşarak farkındalık yaratmak, gönüllü sayısını artırarak mevcut sorunlar konusunda kamuoyu oluşturmak temel amaçtır. Mülteci yardım kuruluşlarının bu fonksiyonlara web sitelerinde çeşitli bileşenlerle birlikte ne kadar yer verdiği, web sitesi kullanıcılarına doğru ve etkili enformasyon ile bilgi akışı sunup sunmadığı, teknik açıdan yeterliliği ve dizayn açısından sorun taşıyıp taşımadığı önemli sorunsallar olarak ortaya çıkmaktadır. Çünkü web siteleri, mülteci yardım kuruluşlarının

sanal ortamda görünen yüzü olduğu gibi mültecilerin kamusal alanda seslerini duyurmak için kullandıkları en önemli iletişim kanalıdır da.

Bu çalışmada, “Mülteci yardım kuruluşları halkla ilişkiler, tanıtım, bilgilendirme ve teknik faaliyetleri kapsamında gönüllük esasına dayalı hizmet alanlarında web sitelerini etkin kullanıyor mu?” şeklindeki temel sorunsal, AFAD, Göç İdaresi, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der web sitelerinin kullanımına ilişkin yapılan incelemeler üzerinden değerlendirilmiştir. Söz konusu mülteci yardım kuruluşlarının seçilmesinin nedeni, mülteci alanında etkin ve bilinirliği yüksek yardım kuruluşları olmalarıdır. Çalışmada içerik analizi yöntemi kullanılmıştır. İnceleme kapsamına alınan resmi web siteleri 1-28 Şubat 2018 tarihleri arasında 28 gün süreyle incelenerek bilgi akışı, kaynak toplama, haberleşme ağı, katılım ve kampanya indekslerini içeren fonksiyon özellikleri ile görsellik, erişilebilirlik, gezilebilirlik, güncellik ve görülebilirlik indekslerini içeren sunum özelliklerini sağlama kapasitelerine göre puanlandırılmıştır. Yukarıdan aşağıya, aşağıdan yukarıya, yatay ve etkileşimli bilgi iletişim akışı özellikleri incelenmiştir.

Çalışmanın, mülteci krizi sürecinde internetin ve web sitelerinin aktif kullanılıp kullanılmadığına ilişkin tartışmalara ışık tutacağı varsayılmaktadır. Araştırmanın metodolojik kısmı Rachel K. Gibson, Michael Margolis, David Resnick ve Stephen J. Ward’un (2003) “Election Campaigning on the WWW in the USA and UK: A Comparative Analysis” adlı makalesi temel alınarak oluşturulmuştur.

Çalışmanın varsayımları şu şekilde belirlenmiştir: Gelişen iletişim teknolojisine paralel olarak web sitelerinin halkla ilişkiler ve tanıtım faaliyetleri açısından önemi hızla artmakta, ekonomik, sosyal ve kültürel etkinliklerin yanı sıra savaş çatışma dönemlerinde mülteci sorunları ile ilgili konuların duyurulması, bilgilerin güncelliği web sitesinin girilme sıklığını interaktif/etkileşimini belirlemektedir. Çalışmanın temelini oluşturan mülteci yardım kuruluşlarının internet siteleri bu bağlamda hedef kitleyi bilgilendirme konusunda önemli araç olarak kullanılmaktadırlar.

Çalışmada mültecilere yönelik yardım faaliyetlerini yürüten AFAD, Göç İdaresi Genel Müdürlüğü ve UNHCR Türkiye’nin web sitelerinin, bilgi akışı, katılım ve kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncelik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından zengin bir içerikte oluşturduğu varsayılmaktadır.

Mültecilerin Türkiye’de topluma entegrasyonu konusunda yardım çalışmalarını sürdüren ve onların zorluklarla dolu yaşamına çözüm üretmeyi amaçlayan Mülteci-Der’in bilgi akışı, katılım ve kampanya indekslerini içeren fonksiyon özelliklerinin yanı sıra görsellik, erişilebilirlik ve güncelik indekslerini içeren sunum özellikleri açısından web tabanlı iletişimin olanaklarından (özellikle de interaktif/etkileşim boyutunda) etkin şekilde yararlanmadığı varsayılmaktadır.

Araştırmanın Bulguları

Mülteci krizinde etkin olan ve çalışma kapsamında incelenen her bir web sitesinin fonksiyon ve sunum özellikleri baz alınarak, içeriklerinin ne kadar donanımlı olduğu ve bu içerikleri ne kadar etkin bir şekilde sunabildikleri, bu bağlamda da halkla ilişkiler özelinde interneti kullanım amaçları doğrultusunda ne kadar etkin ve ne ölçüde kullanabildiği ortaya konulmuştur.

Türkiye’deki İncelenen Mültecilerle İlgili Resmi ve Özel Kurumların Web Sitelerinin Tüm Fonksiyonu

Tablo 1. Türkiye’deki İncelenen Mültecilerle İlgili Resmi ve Özel Kurumların Web Sitelerinin Tüm Fonksiyonu

	Bilgi Akışı	Kaynak Toplama	Haberleşme İç-Dış	Katılımcılık	Kampanya
AFAD	12	0	4 – 7	2	3
Göç İdaresi	9	0	3 – 0	2	3
UNHCR Türkiye	5	4	0 – 0	2	4
Mülteci-Der	6	0	1 – 1	2	3
Ortalama	8	1	2 – 2	2	3,25
Aralık	0 – 15	0 – 13	0 – 6 0 – 15	0 – n	0 – 7

Enformasyon ve bilgi akışı fonksiyonları bağlamında incelendiğinde, araştırılan kurumlardan AFAD ve Göç İdaresi Web sitelerinin bu fonksiyonlar bakımından daha zengin olduğu tespit edilmiştir. AFAD ve Göç İdaresi’nin web sitelerine bakıldığında, her iki sitede etkinlik takvimi, gizlilik politikası ya da e-bülten başlıkları bulunmazken, Göç İdaresi’nin sitesinde bunlara ek olarak kurumun felsefesi, kütüphane ve arşiv linklerine de yer verilmediği görülmüştür. AFAD ve Göç İdaresi’nin web sitelerinde kurumun tarihçesi, yapısı, yönetim ve çalışma kurulları, denetim ve faaliyet raporları, iletişim bilgileri, destekçiler, basın odası ve yararlı linkler ayrıntılı olarak sunulmuştur.

UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der’in web siteleri incelendiğinde, bu sitelerin enformasyon/bilgi akışı fonksiyonları bakımından AFAD ve Göç İdaresi’nin web sitelerine göre daha eksik kaldığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, AFAD ve Göç İdaresi’nin daha fazla veri sunduğu görülmektedir. UNHCR Türkiye’nin web sitesinin kurumun tarihçesi, yapısı, iletişim bilgileri ve destek verenlere ayrıntılı bir şekilde yer verdiği anlaşılırken, denetim/faaliyet raporları, etkinlik takvimi, basın odası, kütüphane, arşiv, sıkça sorulan sorular, gizlilik politikası, e-bülten ve yararlı linklere yer vermediği tespit edilmiştir. Mülteci-Der web sitesinde ise derneğin tarihçesi, misyon ve vizyonu, iletişim bilgileri, destekçiler, kütüphane ve yararlı linkler yer almıştır.

Kurumların web sitelerinde bulunan yararlı linkler içerisinde ulusal ve uluslararası çok sayıda linke yer verdiği görülmüştür. Web siteleri içerisinde kurumların iletişim bilgileri ağırlıklı olarak telefon ve e-mail olarak verilmektedir.

Kaynak toplama fonksiyonu kapsamında sadece UNHCR Türkiye’nin web sitesinde bağış linki bulunurken, bu link içerisinde aylık düzenli bağış ve tek seferlik bağış seçeneklerine yer verilerek Türk Lirası olarak destek toplanması amaçlanmıştır.

Haberleşme fonksiyonu açısından AFAD, Göç İdaresi ve Mülteci-Der’in iç haberleşme indeksinin daha yoğun olduğu görülmüştür. İç haberleşme konusunda AFAD ve Göç İdaresi ziyaretçilerine iletişim kurulabilecekleri kişilere yönelik linkler oluştururken, Mülteci-Der az sayıda ulusal ve uluslararası linke yer vererek ilgili linklere ulaşmaya imkan sağlamıştır. UNHCR Türkiye’nin web sitesinde ise ulusal veya uluslararası ekstra linklere rastlanmamıştır.

Katılımcılık fonksiyonu bakımından tüm kurum web siteleri aynı puana sahip olurken, web sitelerinde kullanıcılar için e-mail gönderme imkânı bulunmaktadır. Söz konusu sitelerde ziyaretçi defteri adı altında siteyi ziyaret edenlerin görüş ve önerilerini yazabilecekleri bir linke de rastlanmamıştır.

İncelenen dört web sitesinde de ziyaretçilere ayrıntılı bilgi aktarımı sağlanmış, logo, tanıtım ve broşür bilgilerinin indirimine imkan sağlanmıştır.

Türkiye'deki İncelenen Mültecilerle İlgili Resmi ve Özel Kurumların Web Sitelerinin Sunumu

Tablo 2. Türkiye'deki İncelenen Mültecilerle İlgili Resmi ve Özel Kurumların Web Sitelerinin Sunumu

	Görsellik	Erişilebilirlik	Gezilebilirlik	Güncellik
AFAD	4	2	3	4
Göç İdaresi	3	2	4	3
UNHCR Türkiye	3	2	3	1
Mülteci-Der	2	2	3	1
Ortalama	3	2	3.25	2.25
Aralık	0 – 6	0 – 5	0 – n	0 – 6

Web sitelerinin sunumu açısından yapılan incelemede, AFAD'ın grafikler, çerçeveler, hareketlilik ve videolarla sitesini zenginleştirdiği görülmüştür. Göç İdaresi ile UNHCR Türkiye'nin sitelerinin ise dikkat çekmek için videolar kullandığı, ancak bu sitelerde ses ve animasyon dosyaları bakımından eksiklik olduğu göze çarpmıştır. Mülteci-Der'in web sitesinin ses, video, animasyon içeriklerine yer vermediği, çerçeveler ve hareketli imajlar kullandığı dikkat çekmiştir.

Erişilebilirlik açısından incelenen her dört kurumun web sitesinin yabancı dile çeviri ve dokümanların metin halinde indirilmesi özelliği bulunurken, sitelerin hiç birinde görme bozukluğu olanlar için yazılım ve kablosuz erişim özelliği bulunmamaktadır.

Gezilebilirlik açısından incelendiğinde tüm sitelerde arama çubuğu bulunduğu, ana sayfa ikonunun ve sabit menü çubuklarının sayfanın alt bölümünde yer aldığı tespit edilmiştir. İncelenen siteler arasında AFAD web sitesinin 3-7 günde bir, Göç İdaresi web sitesinin haftada bir, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der'in web sitelerinin ise 1-6 ayda bir güncellendiği görülmüştür.

Sonuç

Ağ teknolojileri ve dijitalleşen dünyada internet ve web tabanlı iletişim, tanıtım faaliyetleri açısından büyük önem kazanmıştır. Uluslararası ilişkiler açısından giderek ciddi bir soruna dönüşen mülteci krizi, çözüm noktasında tüm aktörleri hızlı hareket etmeye zorlamakta ve onları çeşitli iletişim yöntem, tekniklerini kullanmaya teşvik etmektedir. Mülteci krizinin çözümünde aktif rol oynayan yardım kuruluşlarının mültecilerin barınma, beslenme, eğitim, sağlık ve güvenlik gibi sorunlarını çözüme kavuşturabilmesi, krizin kalıcı çözümü noktasında hedef kitlenin yanı sıra kamuoyuyla doğrudan iletişim kurabilmesi ve onları harekete geçirme potansiyeli yaratabilmesi için

web sitelerini interaktif bir yapıda oluşturmaları gerekmektedir. Böylece, yurtiçi ve yurtdışı yardım kuruluşlarıyla iletişim ağı oluşturabilmeleri, mültecilere kampanyalar aracılığıyla aynı ve nakdi yardım sağlayabilmeleri ve gönüllü sayısını artırma zemini oluşturabilmeleri mümkün olabilecektir.

Araştırma kapsamına ele alınan mülteci yardım kuruluşlarının resmi web siteleri hedef kitle ile iletişimde fonksiyon ve sunum özellikleri açısından analiz edilmiştir. Web sitelerinin enformasyon ve bilgi akışı fonksiyonları bağlamında genel olarak iyi olduğu, ancak AFAD ve Göç İdaresi’nin söz konusu fonksiyonlar açısından daha zengin içerikte oluşturulduğu tespit edilmiştir. Haberleşme ağı fonksiyonu açısından yapılan değerlendirmede AFAD, Göç İdaresi ve Mülteci-Der’in iç haberleşme indeksinin daha yoğun olduğu görülmüştür. Katılımcılık fonksiyonu açısından değerlendirildiğinde, inceleme kapsamına alınan tüm kurumların web sitelerinde e-posta adresiyle iletişim kurulabilen alanlar ve belirli konulara vurgu yapan e-posta adresleri bulunmaktadır. Kaynak toplama fonksiyonu kapsamında ise sadece UNHCR Türkiye’nin web sitesinde bağış linki bulunurken diğer kuruluşların web sitesinde bu özelliğe yer verilmemiştir.

Web sitelerinin sunum özellikleri görsellik, erişebilirlik, gezilebilirlik, güncellik, görülebilirlik özellikleri açısından incelenmiştir. Görsellik bağlamında incelenen mülteci yardım kuruluşları web siteleri logo ve kurumsal renklerine uygun olarak tasarlanmıştır. Menü, çerçeve, hareketlilik özelliklerinin web sitelerinde yer aldığı görülmekte, AFAD’ın grafikler, çerçeveler, hareketlilik ve videolarla sitesini diğer kuruluşlara oranla daha fazla zenginleştirdiği tespit edilmektedir.

Erişilebilirlik açısından yabancı dile çeviri (AFAD’ta Türkçe ve İngilizce; Göç İdaresi’nde Türkçe, İngilizce, Arapça ve Almanca; UNCHR Türkiye’de İngilizce, Türkçe ve Arapça; Mülteci-Der’de Türkçe ve İngilizce seçenekleri bulunmaktadır), dokümanların metin halinde indirilmesi ve yazılması özellikleri incelenen her dört web sitesinde de bulunmaktadır. Ancak, görme engelliler için yazılım söz konusu değildir.

Web sitelerinin gezilebilirlik özelliği incelendiğinde, web sitelerinde ana sayfa ikonunun ve sabit menü çubuklarının sayfanın alt bölümünde yer aldığı görülmektedir. Arama motorlarının olması ise bilgiye kısa sürede ulaşılması açısından olumlu olarak değerlendirilmiştir. İncelenen siteler arasında AFAD web sitesinin 3-7 günde bir, Göç İdaresi web sitesinin haftada bir, UNHCR Türkiye ve Mülteci-Der web sitelerinin 1-6 ayda güncellendiği görülmüştür.

Elde edilen bulgular çalışmanın varsayımlarını büyük oranda doğrulamıştır. Mülteci yardım kuruluşları resmi web sitelerini politik amaçları doğrultusunda etkin bir araç olarak kullanılmaktadırlar. Ancak buna ek olarak, mülteci yardım kuruluşlarının resmi web sitelerinde yaygın kullanılan pek çok farklı dilde çift yönlü iletişime imkân sağlayacak yeni bir takım düzenlemeleri yapması ulaşılması hedeflenen kitlenin büyüklüğü düşünüldüğünde oldukça anlamlı olacaktır. Ayrıca, çevrimiçi bağış sisteminin kurulup görme engelliler için yazılım oluşturulması kamuoyu ve temsil ettiği hedef kitle açısından söz konusu kuruluşların önemini/gücünü artıracak, bu kuruluşların düzenlemiş oldukları kampanyalarının ulusal ve uluslar arası alanda başarı şansını katlayacaktır.

Buna paralel olarak, dijital teknolojinin (özellikle mülteci krizi gibi önemli toplumsal olaylarda kamuoyunun bilgilendirilmesi, yönlendirilmesi ve belirlenen politikaların hem mültecilere hem de

kamuoyuna doğru aktarılabilmesi noktasında) etkinliği ve yararı konusunda daha fazla araştırma yapılması, bu alanda bilimsel üretimi destekleyecek bağımsız fonların oluşturulması, mültecilerin toplumsal entegrasyonuna katkı sağlayacak kalıcı çözüm önerilerinin kısa sürede hayata geçirilmesini kolaylaştıracaktır. Öte yandan konuya ilişkin toplumsal düzeyde kabul gören böylesi bir bilimsel çözüm küresel/yerel siyasi kararların olası revizyonlarını da hızla gündeme taşıyacak ve çatışmaların büyük ölçüde ortadan kalkmasını sağlayacaktır.

Kaynakça

7. yılında Suriye’deki çatışma: “Büyük bir insanlık dramı”. (2018, 9 Mart). *UNHCR*. 22.03.2018 tarihinde <http://www.unhcr.org/tr/19009-syria-conflict-7-years-colossal-human-tragedy.html> adresinden edinilmiştir.
- Boyras, Z. (2015). Türkiye’de göçmen sorununa örnek Suriyeli mülteciler. *Journal of World of Turks*, 7(2), 35-58.
- Castles, S. ve Miller, M. J. (2008). *Göçler çağı: Modern dünyada uluslararası göç hareketleri*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.
- Digital in 2018: Essential insights into internet, social media, mobile, and ecommerce use around the world. (2018). *We Are Social ve Hootsuite*. 03.04.2018 tarihinde <https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018> adresinden edinilmiştir.
- Digital in 2018 in Western Asia: Essential insights into internet, social media, mobile, and ecommerce use across the region, part 1: North West. (2018). *We Are Social ve Hootsuite*. 03.04.2018 tarihinde <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-western-asia-part-1-northwest-86865983> adresinden edinilmiştir.
- D’Orazio, F. (2015). Journey of an image: From a beach in Bodrum to twenty million screens across the world. In F. Vis ve O. Goriunova (Eds.), *The iconic image on social media: A rapid research response to the death of Aylan Kurdi*. <https://research.gold.ac.uk/14624/1/KURDI%20REPORT.pdf> adresinden edinilmiştir.
- Gibson, R., Margolis, M., Resnick, D. ve Ward, S. (2003). Election campaigning on the WWW in the US and UK: A comparative analysis. *Party Politics*, 9(1), 47-75.
- Gibson, R. ve Ward, S. (2000). A proposed methodology for studying the function and effectiveness of party and candidate web sites. *Social Computer Review*, 18(3), 304-305.
- Göker, G. ve Keskin, S. (2015). Haber medyası ve mülteciler: Suriyeli mültecilerin Türk yazılı basınındaki temsili. *Gazi İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, (233-254).
- Yavuz, Ö. ve Mızrak, S. (2016). Acil durumlarda okul çağındaki çocukların eğitimi: Türkiye’deki Suriyeli mülteciler örneği. *Göç Dergisi*, 3(2), 175-199.
- Yücebaş, M. (2015). Gaziantep yerel basınında Suriyeli imgesi: Yeni taşranın yeni sükunları: Suriyeliler. *Birikim*, (311), 38-47.