



iletisim

kuram ve araştırma dergisi

Sayı: 51 - Güz / 2020

E-ISSN: 2147-4524

Hakemli Elektronik Dergi

Sosyal Medyanın Gündem Belirleyicileri:
Twitter'da Gündem Belirleme Süreci Üzerine
Bir Sosyal Ağ Analizi
Yavuz Demir, Bünyamin Ayhan

5224 Sayılı Sinema Kanunu'nda Yapılan Son
Değişiklikler ve Yeni Denetim Sistemi
Kemal Cem Baykal

Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında
Web Siteleri: KKTC Belediyeleri Üzerine Bir
Analiz
Ümmü Bayraktar

Sosyal Sorumluluk Örneği olarak Türk
Kültüründe Hayrat Geleneği ve Vakıflar
Birol Demircan

Çevrimiçi Ortamlarda Nefret Söylemi: Ekşi
Sözlük'te 65 Yaş Üstü Sokağa Çıkma Yasağı
Tartışmaları
Mahmut Akgül

Theoretical Understanding of the Construction
Process of the Cultural 'Other' in News Media
Aynur Sarısakaloğlu

Dijital Ebeveynlerin Dijital Oyunlar ve Şiddet
İlişkisine Yönelik Algıları
Fatih Söğüt

Dil, Söylem ve Kimlik Perspektifinden Yemen
Krizinin Okunması
Yusuf Devran, Abubakr Aloowa

 ANKARA
HACI BAYRAM VELİ ÜNİVERSİTESİ
İLETİŞİM FAKÜLTESİ

iletisim

kuram ve araştırma dergisi

E-ISSN: 2147-4524

Hakemli Elektronik Dergi

Güz 2020, Sayı 51

Yayın Tarihi: 26.10.2020

iletisim

kuram ve araştırma dergisi

İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi

**Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi Adına Sahibi
Rektör**

Prof. Dr. Yusuf TEKİN

Sorumlu Yazı İşleri Müdürü

Dekan

Prof. Dr. Zakir AVŞAR

Editör

Dr. Öğr. Üyesi Nargis ÖZGEN

Editör Yardımcıları

Öğr. Gör. Dr. Esra SERDAR TEKELİ

Arş. Gör. Dr. Kamile ELMASOĞLU

Arş. Gör. Hülya DEMİR YALEZE

Arş. Gör. Ömer Faruk ZARARSIZ

Arş. Gör. Rumeysa ÖZTÜRK

Arş. Gör. Emir TÜRKOĞLU

Arş. Gör. Aysel YILDIZ

Teknik Editör Yardımcıları

Arş. Gör. Dr. Emrah AYAŞLIOĞLU

Yayın Kurulu

Prof. Dr. Cem YAŞIN

Prof. Dr. Gülcan SEÇKİN

Prof. Dr. Muharrem ÇETİN

Doç. Dr. M.Can DOĞAN

Doç. Dr. Erol İLHAN

Dr. Öğr. Üyesi Sirel GÖLÖNÜ

Bilim, Danışma ve Editörler Kurulu

Prof. Dr. Suat ANAR	Yeditepe Üniversitesi
Prof. Dr. Nejdet ATABEK	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Ümit ATABEK	Yaşar Üniversitesi
Prof. Dr. Zakir AVŞAR	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Burhan AYKAÇ	Gelişim Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan BACANLI	Biruni Üniversitesi
Prof. Dr. Ayhan BİBER	Yakın Doğu Üniversitesi
Prof. Dr. Hamza ÇAKIR	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Dilruba ÇATALBAŞ	Galatasaray Üniversitesi
Prof. Dr. Haluk EMİROĞLU	Bilkent Üniversitesi
Prof. Dr. İhsan ERDOĞAN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Fatma GEÇİKLİ	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Suat GEZGİN	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Halil İbrahim GÜRCAN	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Nilgün GÜRKAN PAZARCI	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Nurettin GÜZ	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet KALENDER	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Kurtuluş KAYALI	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Fahrettin KORKMAZ	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Hale KÜNÜÇEN	Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Ersin ÖZARSLAN	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Özlen ÖZGEN	Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar ÖZTÜRK	Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Başak SOLMAZ	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet TOLUNGÜÇ	Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa YAĞBASAN	Fırat Üniversitesi

E-ISSN: 2147-4524

Yayın Türü: Yılda dört kez yayınlanan ulusal, hakemli, yaygın, süreli bir elektronik dergidir.

Yönetim Merkezi ve Adresi : Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi,
Emniyet Mahallesi, Abant Sokak No:10/2 E Blok, Kat: -1, 1, 2, 3, 4 06500 Yenimahalle/ANKARA
Tel : 90 312 546 11 50
Faks :
Web : <https://dergipark.org.tr/tr/pub/ikad>
E-posta : iletisimdergisi@hbv.edu.tr

Taranan İndexler

İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi TÜBİTAK/ULAKBİM Türkçe Dizin ve DOAJ veritabanlarında yer almaktadır.



İÇİNDEKİLER

Makaleler

Sosyal Medyanın Gündem Belirleyicileri: Twitter'da Gündem Belirleme Süreci Üzerine Bir Sosyal Ağ Analizi
Yavuz Demir, Bünyamin Ayhan
1-19

Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında Web Siteleri: KKTC Belediyeleri Üzerine Bir Analiz
Ümmü Bayraktar
20-56

Çevrimiçi Ortamlarda Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük'te 65 Yaş Üstü Sokağa Çıkma Yasağı Tartışmaları
Mahmut Akgül
57-78

Dijital Ebeveynlerin Dijital Oyunlar ve Şiddet İlişkisine Yönelik Algıları
Fatih Söğüt
79-100

5224 Sayılı Sinema Kanunu'nda Yapılan Son Değişiklikler ve Yeni Denetim Sistemi
Kemal Cem Baykal
101-118

Sosyal Sorumluluk Örneği olarak Türk Kültüründe Hayrat Geleneği ve Vakıflar
Biol Demircan
119-130

Theoretical Understanding of the Construction Process of the Cultural 'Other' in News Media
Aynur Sarısakaloğlu
131-146

Dil, Söylem ve Kimlik Perspektifinden Yemen Krizinin Okunması
Yusuf Devran, Abubakr Aloowa
147-171

Sosyal Medyanın Gündem Belirleyicileri: Twitter’da Gündem Belirleme Süreci Üzerine Bir Sosyal Ağ Analizi

Agenda Setters of Social Media: A Social Network Analysis on the Agenda Setting Process of Twitter

Yavuz Demir, 100/2000 Doktora Öğrencisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, E-Posta: dmryavuz@gmail.com
Bünyamin Ayhan, Prof. Dr., Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-Posta: bayhan@selcuk.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Medya,
Gündem Belirleme
Kuramı,
Twitter,
Sosyal Ağ Analizi

Öz

Sosyal medya ağlarının gündelik hayatın ayrılmaz bir parçası haline geldiği günümüzde gündem de bu ağlar aracılığıyla belirlenmektedir. Geleneksel kitle iletişim araçlarının aksine ağlar yapısından dolayı bireyi ön plana çıkarmaktadır. Bu da kamuoyu ve kamu gündeminin oluşumunda yeni bir süreci başlatmıştır. Bu açıdan Gündem Belirleme Kuramı, medya, kamu, politika ve gerçek dünya göstergeleri arasındaki ilişkiyi incelerken kitlelerin birinci aşamada ne düşüneceği, ikinci aşamada nasıl düşüneceği analiz edilmiş ve ağ toplumuyla birlikte karmaşık ağ yapıları arasındaki ilişkiyi inceleyen üçüncü aşamaya geçilmiştir. Üçüncü aşama gündem belirleme süreci olarak adlandırılan bu yapı içerisinde, karmaşık ağ yapılarının birbiri üzerinde etkisi olduğu üzerinde durulmaktadır. Bu çalışmada, politika gündemi ile Twitter’ın kamu gündemi arasındaki ilişki sosyal ağ analizi yöntemiyle incelenmektedir. Sosyal ağ analizi, ağdaki ilişkilerin matematiksel ve görsel olarak haritalanması yöntemiyle ölçülmesini sağlamaktadır. Araştırmanın verileri NodeXL yazılımı yoluyla toplanmıştır. NodeXL, Twitter gibi çeşitli sosyal medya ağlarından verileri toplayarak ağların yapısının ölçülmesini sağlamaktadır. Çalışmada Ayasofya’nın tekrar camii statüsünde ibadet açılmasına izin veren Danıştay kararından sonra oluşturulan Ayasofya Camii etiketi (hashtag) üzerinden belirli aktörlerin gündemi belirleme ve yönetmede etkin rol oynadığı tespit edilmiştir. Politikacıların konu ile alakalı Twitter paylaşımlarının ardından #ayasofyacamii etiketi bir günde 800 bine yakın etkileşim almıştır. Bu da politika gündeminin kamu gündemi üzerinde etkili olduğu sonucunu ortaya koymuştur.

Keywords:

Social Media,
Agenda Setting Theory,
Twitter,
Social Network Analysis.

Abstract

Today, when social media networks have become an integral part of daily life, the agenda is determined through these networks. Unlike traditional mass media, networks bring the individual to the forefront due to their structure. This started a new process in the formation of the public and public agenda. In this respect, Agenda Setting Theory examines the relationship between media, public, politics and real world indicators, while analyzing what the masses will think in the first stage, how they will think in the second stage, and the third stage, which examines the relationship between network society and complex network structures, has been passed. The third stage emphasizes that complex network structures affect each other within this structure, which is called the agenda setting process. In this study, the relationship between the policy agenda and Twitter’s public agenda is analyzed by social network analysis method. Social network analysis enables the relationships in the network to be measured by mathematical and visual mapping method. The research data were collected through NodeXL software. NodeXL provides measurement of the structure of networks by collecting data from various social media networks such as Twitter. The #ayasofyacamii tag created after the Decision of State Council allowing Hagia Sophia to be opened for worship again, was on the Twitter agenda for a long time, and it was determined that certain actors played an active role in setting and managing the agenda. After the politicians’ Twitter posts related to the subject, the #ayasofyacamii tag got nearly 800 thousand interactions in a day. This shows that the policy agenda is effective on the public agenda.

Giriş

Günümüz toplum tanımlamasında öne çıkan ağ kavramı, dünyanın geldiği aşamada enformasyonu ve iletişimin önemini ortaya koymaktadır. Castells'in (2008) tartıştığı üzere; teknolojik gelişmelerin meydana getirdiği devrimler, yeni süreçleri getirmiş, başta bilgi ve enformasyon olmak üzere küresel bir sistem kurulmuştur. Bu sistemde her yapı ve işlev küreselleşmiştir. Ağ sisteminin kendi ekonomisi, kültürü ve örgütlenme biçimi gelişmiştir. Bu noktada yeni olanaklar ortaya çıkmış ve birçok unsur tarihsel bir olgu olarak yerini almıştır. İzleyici ve dinleyici gibi pasifleştirilmiş yapıların yerine interaktif yapılar almış ve bu yapılar zaman ve mekânı ortadan kaldırmıştır. Geline durumda sanallikle, sanal mekânın toplumla bütünleştiği ve yeni bir sonsuzluğun olduğu alanlar gelişmiştir.

Ağlarla dünyanın birbirine bağlandığı bu yapı aynı zamanda kitle toplumunun ileri aşaması olarak tanımlanmaktadır. Bireyin öne çıktığı ve merkezileşmiş yapılar yerine geçişkenli yapıların hayatı şekillendirdiği bir iletişim sistemi öne çıkmaktadır. Çoğulculuk olgusunun öne çıktığı bu sistemde yüz yüze iletişim yerine araçlarla iletişim sağlanmaktadır. Araçlarla birlikte ağ toplumunda ilişkiler de değişmektedir (van Dijk 2006: 32-37). Klasikleşmiş medya toplum-birey ilişkisi yeniden şekillenmektedir.

Toplumsal hayat içerisinde bireyler tarafından ilgi gören konular medya gündeminde yer alırken; medya gündemini meşgul eden konular da zamanla bireylerin gündemi içerisinde yer almaya başlamaktadır. Önceleri gazete, radyo ve televizyon gibi geleneksel kitle iletişim araçlarının yerine getirdiği gündemi belirleme ve yönetme gibi unsurları günümüzde sosyal medya ağları yerine getirmektedir. Her ne kadar geleneksel kitle iletişim araçlarının gündem üzerindeki etkisi yadsınamaz bir gerçek olsa da sosyal medya ağlarının sunduğu etkileşimsel yapıyla birlikte, bireylerin kendi gündemini oluşturduğu ve yönettiği yeni bir döneme girilmiştir.

Öncelikle güçlü etkilere geri dönüş döneminin en önemli teorilerinden birini oluşturan Gündem Belirleme Kuramı, medya, kamu, politika ve gerçek dünya göstergeleri arasında bir bağlantı olduğu varsayımı üzerinde durmakta ve bu gündem maddelerinin birbiri üzerinde etkili olduğunu ifade etmektedir. Bu bağlamda yapılan birinci ve ikinci aşama olarak adlandırılan çalışmalar bu ilişkiyi ortaya çıkarmaya yöneliktir.

Birinci aşama gündem belirleme çalışmaları kitle iletişim araçlarının ne düşüneceğimiz yönündeki konuları tespit etmeye çalışırken; ikinci aşama çalışmaları kitle iletişim araçlarının nasıl düşüneceğimiz konusunda nasıl etkili olduğunu ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır. Cohen'in (1963: 13) gündem belirleme araştırmalarının düşünsel temellerini ortaya koymasına yardımcı olan "basının neyi düşüneceğimiz hakkında şaşırtıcı şekilde başarılı olduğu" tespiti, yıllar sonra McCombs tarafından geliştirilerek, birinci ve ikinci aşama çalışmalarının temel varsayımının oluşmasını sağlamıştır. Çünkü McCombs'a (2005: 546) göre; "kitle iletişim araçları sadece ne düşüneceğimizi bizi söylemede başarılı olamaz, aynı zamanda nasıl düşüneceğimiz konusunda da başarılı olabilir."

İnternet ve ardından da gelişen sosyal medya ağlarının gündelik yaşamın ayrılmaz bir parçası haline gelmesiyle birlikte geleneksel kitle iletişim araçlarının gündem üzerinde hâkim olduğu dönem yavaş yavaş geride kalmaya başlamıştır. Bu noktada geleneksel gündem belirleme çalışmaları yani birinci ve ikinci aşama çalışmalar karmaşık ağ yapıları arasındaki ilişkiyi inceleme ve tespit etme noktasında eksik kalmaya başlamış, bu da gündem belirleme çalışmalarında yeni bir dönemin kapılarının açılmasına yol açmıştır. Üçüncü aşama gündem belirleme ve ağ gündem belirleme araştırmaları olarak adlandırılan bu yeni dönem, sosyal medya ağlarındaki karmaşık ağ yapıları arasındaki ilişkiyi incelenmektedir.

Özellikle milyonlarca kullanıcısı olan Twitter, günümüzde gündemin belirlendiği, yönetildiği, yeni gündem maddelerinin oluşturulduğu bir alan haline gelmiştir. Twitter’ı sıradan kullanıcıların yanı sıra ülkelerin üst düzey politikacılarının da kullanması bu ağın önemini göstermektedir. Twitter aracılığıyla sıradan kullanıcılar politika gündemi üzerinde söz sahibi olabilirken; bazı durumlarda da politika gündemi kamu gündemi üzerinde etkili olmaktadır. Bu çalışmada, Twitter’ın kamu gündemi ile politika gündemi arasındaki ilişki incelenmiştir. Twitter’ın kamu gündeminin oluşturduğu #ayasofyacamii etiketi sosyal ağ analizi yöntemiyle incelenmiş ve NodeXL programı yardımıyla veriler elde edilmiştir. Kişiler arasındaki ilişki, davranış ve anlamlara odaklanan sosyal ağ analizi, ilişkinin neden-sonuç veya belirli etkiler değil, etkide her olay ve olgunun olabileceğini savunur (Sert Eteman, Tüzüntürk, Gürsakal, 2014: 464).

Gündem Belirleme Kuramı ve Sosyal Medya

Medya, kamu, politika ve gerçek dünya göstergeleri arasındaki ilişkiyi inceleyen Gündem Belirleme Kuramı’nın bilimsel temelleri 1972 yılına dayanmaktadır. Düşünsel anlamda birçok isim (Lippmann, 1922; Lazarsfeld ve Merton, 1948; Cohen, 1963) Gündem Belirleme Kuramı’nın temellerini atmış olsa da gündem belirleme sürecine yönelik ilk çalışma McCombs ve Shaw tarafından 1972 yılında yapılmıştır. 1968 yılındaki ABD başkanlık seçimi kampanyaları sırasında Kuzey Carolina’daki Chapel Hill kasabasında gerçekleştirilen bu ilk gündem belirleme araştırmasında, kamu gündemi ile medya gündemi arasındaki ilişki incelenmiş, gazete, televizyon ve dergi haberleri ile kamu gündemi arasında paralellik olduğu tespit edilmiştir. Diğer taraftan çıkan bulgularda, seçmen kitlelerin gündem maddeleri arasında yer alan konuların önem derecesi ile kitle iletişim araçlarının gündeminde yer alan konuların önem derecesi arasında benzerlik ortaya çıkmıştır. McCombs ve Shaw tarafından ortaya konan gündem belirleme modeli, medya gündemi ile kamu gündemi arasındaki ilişkiyi inceleyen temel bir model özelliği taşımaktadır. Daha sonra yapılan araştırmalarda kitle iletişim araçlarının gücünü artırması ve araştırmaların daha kapsamlı karmaşık bir hal almasından dolayı Rogers ve Dearing (1988: 556) medya ve kamu gündeminin yanına politika ve gerçek dünya göstergelerini de eklemiştir.

İletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmelere paralel olarak bireylerin haber kaynakları farklılaşmış, medya, kamu ve politika gündemi farklı platformlarda işlenmeye başlamıştır. İnternet, sosyal medya ağı ve diğer çevrimiçi platformların bireylerin

gündelik yaşamlarında kendilerine hızla yer edinmesi ve buna paralel olarak da bir kişinin tüketebileceğinden çok daha fazla haber ve bilgi üretilmesine yol açmıştır. Medyanın aşırı bilgiyle dolması ve mevcut medya ortamının karmaşıklığı, geleneksel Gündem Belirleme Kuramı'nın yetersiz kalmasına neden olmuştur (Guo ve Vargo, 2015: 569). Özellikle geleneksel haber kaynakları olan gazete, televizyon ve radyonun yeni medyayla ilişkisi geliştikçe, medyanın klasik gündem belirleme gücünü tespit etmek daha önemli ve daha zor hale gelmiştir. Özellikle sosyal medya ağlarının hızla yükselişi ve kullanımının artmasıyla birlikte, sosyal medya ağları geleneksel haber kaynaklarının gündemini etkilemeye başlamıştır (Sayre, vd. 2010: 13-14). Geleneksel kitle iletişim araçları da yaptıkları haberler ve gündeme taşımayı başardıkları olaylarla sosyal medyanın gündemi üzerinde söz sahibi olmaya çalışmıştır. Bu ilişki türü geleneksel medya ile Twitter arasında zorunlu simbiyotik bir ilişki olduğunu göstermiştir (Conway vd. 2015: 374). Bireyin aktif olması, standartlaştırılmış, arındırılmış ya da tekdüze indirgenmiş bir gündemden öte çoğulculuk, parçaların bütüne dâhil olması ve ötekilerin dahil olduğu bir sistem sunan sosyal medya, yeni bileşenlerin de gündeme katılabilmesini sağlamıştır. Dinamikleşen sosyal medya, kendi gündemini de oluşturmaya başlamıştır.

Geleneksel kitle iletişim araçlarının gündem belirleme gücü artık evrensel ve tekil değildir. Bağımsız bloglar, bağımsız haber kaynakları ve sosyal medya ağları, geleneksel kitle iletişim araçları ile bireyler arasındaki gücü yeniden dağıtmaktadır. Geleneksel kitle iletişim araçlarının gündem belirleme rolü devam etse de bu durum internet ve sosyal medya gibi yeni kitle iletişim araçlarının etkileri arasında sadece bir güç durumdadır. Geleneksel kitle iletişim araçlarının online yayınları veya sosyal medya ağlarına göre bağımsız bloglar ve haber kaynakları, bireylerin gündemini belirleme noktasında daha etkili ve güçlü durumdadır (Meraz, 2009: 701). Aynı zamanda sosyal medya geleneksel medya ile ilişkili olsa da paralel şekilde kendi gündemini oluşturma gücüne sahiptir. Bu güç gündem- birey arasındaki ilişkinin daha farklı araçlarla okunmasını zorunlu kılmaktadır. Zaman ve mekânsal yapılarla ilgili olan sınırlamanın ortadan kaldırılması, ağ toplumunu hızlı ve sürekli kurgulama özelliği, sosyal medyanın kendi gündemini oluşturmuştur (Neuman vd. 2014: 210-211). Sosyal medya, politikacıların ve halkın medya gündemini şekillendiren bir gündemi iletmesi için oldukça elverişli bir alan sunmaktadır. Özellikle seçim dönemlerinde partilerin ve politikacıların biraz zaman ve para harcayarak, medya gündemi ve kamu gündemini etkilemek için sosyal medyayı bir araç olarak kullanılabilir. Aynı zamanda bu durum sadece belirli alanlar değil toplumsal ağlara ihtiyacı olan her unsurun başvurduğu bir zorunluluktur.

Lee vd. (2005: 57) Güney Kore'deki 2000 genel seçimleri sırasında internet gündeminin geleneksel kitle iletişim araçları üzerindeki etkilerini incelediği çalışmalarında gazeteler birinci aşama gündem belirleme çalışmaları çerçevesinde internet gündemini belirlediği görülmüştür. İkinci aşama gündem belirleme sürecinde ise internetin gazeteler üzerinde etkisi tespit edilmiştir. Sonuçlar, internetin geleneksel kitle iletişim araçlarını olduğu kadar kamuoyunu da yönlendirdiğini göstermiştir.

Wallsten'ın (2007: 581) 2004 ABD başkanlık seçimleri sırasında blog gündemi ve medya gündemi arasındaki ilişkiyi araştırdığı çalışmasında, blog gündemi ile medya gündemi arasında karşılıklı bir etkileşim bulunmuştur. Medya gündeminin politika

gündemi üzerinde önemli etkilere sahip olduğu düşünüldüğünde; gündem belirleme sürecinde politik bloglar önemli aktörler haline gelmektedir. Ayrıca medya gündemi ile politik blog gündemleri arasında karşılıklı etkileşim hızlı bir şekilde gerçekleşmektedir. Sweetser'in (2008: 197) yine 2004 ABD başkanlık seçimleri sırasında yaptığı çalışmada, bloglar ve medya gündemi arasında güçlü ilişkiler tespit edilmiştir. Medya adayların gündemini belirlerken; adayların medya gündeminde yer alan konu maddelerini bloglara aktarmasıyla da blog gündemi oluşmaktadır. Ayrıca medya gündemini, bloglar ve politik reklamlar etkilemekte ve haber gündemini şekillendirmektedir.

Meraz'ın (2011: 176) yaptığı çalışmada ise geleneksel kitle iletişim araçları ile çevrimiçi haber bloglarının gündem belirleme etkisi karşılaştırılmıştır. Politik gazetelerin ve politik haber bloglarının değerlendirildiği çalışmada, geleneksel kitle iletişim araçlarının blogların gündemi üzerinde etkisi olmadığı, blogların ise geleneksel kitle iletişim araçlarının çevrimiçi haber gündemini belirlediği sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan Neuman vd. (2014: 18-19) tarafından yapılan çalışmada, sosyal medya gündeminin geleneksel kitle iletişim araçlarının gündemine bağlı kalmadığı belirlenmiştir. Sosyal medya, geleneksel medyaya göre doğum kontrolü, kürtaj, eşcinsel evlilik gibi konulara daha fazla zaman ayırmaktayken; ekonomik sorunlara ve hükümetin işleyiş biçimini gündeme getirmesi daha az olası görülmektedir. Kısaca, sosyal medya gündemi geleneksel kitle iletişim araçlarına, profesyonel gazetecilere, resmi sözcülere bağlı kalmadan kendi gündemini belirlemektedir.

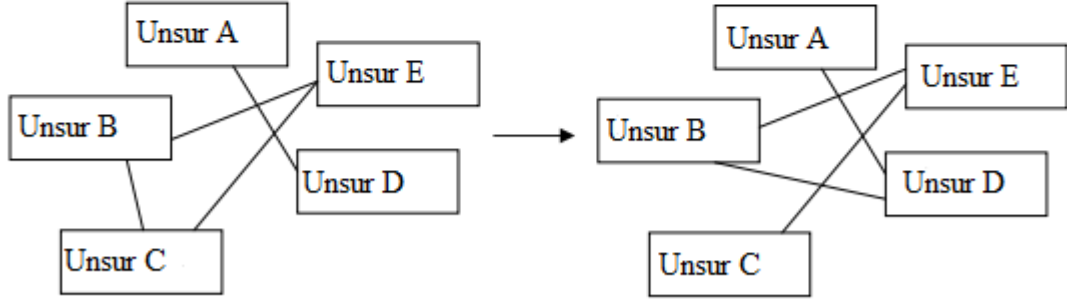
Conway, Kenski ve Wang'ın (2015: 374) Twitter kullanan siyasi partilerin ve adayların ulusal gazetelerden nasıl etkilendiğini ve ulusal gazeteleri nasıl etkilediğini incelediği çalışmada, Twitter'da yer alan gündem maddeleriyle, adayların, siyasi partilerin ve gazetelerin benzer gündem maddelerine sahip oldukları ve Twitter'da yer alan 7 gündem maddesinden 6'sının gazete gündemine girdiği görülmektedir. Bu da yeni medyada yer alan gündemin geleneksel kitle iletişim araçlarının gündemini etkilediğini göstermektedir. Rogstad'ın (2016) yapmış olduğu çalışmada da tweetlerin % 36,9'una ana akım medyada atıfta bulunulmuştur.

Geleneksel gündem belirleme araştırmaları ilk başlarda medya ve kamu gündeminin birbirlerine olan etkileri üzerine odaklanırken; daha sonraki çalışmalarda politika gündeminin ve gerçek dünya göstergelerinin de gündem belirleme rolü incelenmeye başlamıştır. Yeni medya ortamında, eski gündem belirleme sürecinin ve modellerinin yetersiz kalması nedeniyle yeni modeller geliştirilmeye çalışılmıştır. Guo'nun (2012: 622) ortaya koyduğu ve Ağ Gündem Belirleme Modeli olarak adlandırdığı model, üçüncü dönem gündem belirleme araştırmalarının temelini atmıştır.

Geleneksel Gündem Belirleme Süreci



"Ağ" Gündem Belirleme Modeli



Not: Unsurlar; nesnelere, sembollerini veya nesne ve sembollerin birleşimini ifade edebilir.

Şekil-3. Geleneksel Gündem Belirleme Modeli İle Ağ Gündem Belirleme Modelinin Karşılaştırılması

Kaynak: Guo, 2012: 622

Ağ Gündem Belirleme Modeli, haber medyasının nesnelere ağ ilişkilerinin ve niteliklerinin halkın ilgisini nasıl aktardığını araştırmaya esas almaktadır. Bunun yanı sıra kamu gündeminin, yeni medya gündemini sosyal medya gibi sitelerde toplanan verilere dayanarak ne ölçüde etkilediğini de tespit edilmesine olanak sağlamaktadır. Benzer şekilde, yeni medyanın gündem belirleme rolü de tespit edilebilir. Bağımlı değişken olarak yeni medya gündemi; bağımsız değişken ise politikacıların sosyal medya hesapları, sosyal medyadaki haber bültenleri, kuruluşların halkla ilişkiler çalışmaları gibi unsurlar alınabilir. Böylece yeni medyada gündemin kimin belirlediğini, medya gündemini belirlemede hangi grupların etkili olduğunu belirlenebilir (Guo, 2012: 628). Ağ Gündem Belirleme Modeli, haber medyasında yer alan farklı nitelikleri bir araya getirerek, bu unsurları eşzamanlı olarak halkın zihninde dikkat çekici hale getirmektedir. Bu sayede, haber medyası ağ içine yeni düğümler veya farklı yapılar arasındaki mevcut bağlantıların gücünü değiştirerek, kullanıcıların bellek ağını oluşturabilir ve yeniden yapılandırabilir. Ağ Gündem Belirleme Modeli'nin ana hipotezini, yapılar arasındaki ilişkiler ve ilgilerin, medya gündeminden kamu gündemine aktarılabilmesini oluşturmaktadır (Guo vd. 2012: 55-57).

Ağ Gündem Belirleme Modeli'yle yapılan çalışmalara bakıldığında, Vu, Guo, ve McCombs'un (2014: 682), yaptığı çalışmada medya gündemi ağlarının, geleneksel kitle iletişim araçları ve çevrimiçi haber medyası da dâhil olmak üzere çeşitli medya kuruluşlarında oldukça benzer olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada ayrıca çevrimiçi haber medyasının oluşturduğu medya ağı gündeminin diğer medya kuruluşları tarafından oluşturulan medya ağı gündemiyle en güçlü ilişkilere sahip olduğu belirlenmiştir.

Vargo, Guo, McCombs ve Shaw (2014: 1) Ağ Gündem Belirleme Modeli'yle 2012 seçimleri sırasında Twitter üzerine yaptıkları çalışmada, farklı kitlelerin, farklı medya gündemlerini farklılaştırdığı belirlenmiştir. Çalışmada, dikey medya –haberlerin dikey olarak ifade edilmesi yani daha geniş kitlelere ulaşması- olarak adlandırılan tür Obama destekçilerinin Twitter gündemlerini en iyi şekilde tahmin ederken; Romney destekçilerinin yatay medya – izleyicilerin kendi ilgi alanlarına, sosyal statülerine göre haberlere yönelmesi- tarafından en iyi şekilde açıklandığı belirlenmiştir. Guo ve Vargo (2015: 558), 2012 ABD başkanlık seçimleri sırasında Twitter etkileşimlerini inceleyen araştırmalarında, geleneksel kitle iletişim araçlarının yeni medya ortamında kamu gündemini oluşturduğu ortaya çıkmıştır.

Vargo ve Guo'nun (2016:1031) 2015 yılında ABD'nin çevrimiçi medya kaynaklarını incelediği çalışmada, ağ gündem belirleme modelinin medya gündemlerinin oldukça homojen ve karşılıklı olduğunu tespit etmiştir. Özellikle New York Times ve Washington Post gibi geleneksel gazetelerin gündemi eskisi gibi kontrol altında tutamadığı ve çevrimiçi partizan medyanın tüm medya gündeminde ana aktör olarak öne çıktığı tespit edilmiştir.

Üçüncü aşama gündem belirleme süreci bir diğer ifadeyle Ağ Gündem Belirleme Süreci'nin gelişimi son yıllarda artmasına rağmen bu konuda Türkiye'de yapılan çalışma sayısı oldukça kısıtlıdır. Dingin'in (2020a: 133) ekonomi haberlerine yönelik gerçekleştirdiği üçüncü aşama gündem belirleme çalışmasında, ekonomi konusunda medya gündemi ve kamu gündemi arasında üçüncü aşama etkisi doğrulanmamıştır. Diğer taraftan Dingin'in (2020b: 69) kadına yönelik şiddet haberleri ağı ile kadına yönelik kamu şiddet ağını incelediği çalışmada üçüncü aşama etkisi doğrulanmıştır. Son olarak Yüksel ve Dingin'in (2020: 449) yaptığı çalışmada da üçüncü aşama gündem belirleme çalışmalarının temel hipotezi olan medya gündem bağlantıları ile kamu gündem bağlantıları arasında benzerlik olduğu hipotezi doğrulanmıştır. Aynı zamanda Batı dışı toplumlar açısından ele alındığında üçüncü aşamanın Çin gibi demokratik yapı sergilemeyen sistemlerde de geçerli olduğu gözlenmiştir. Şüphesiz burada gençlerin ve sosyal medyanın etkisi öne çıkmaktadır (Cheng, 2015: 328-329).

Yöntem

Bu çalışmada sosyal medyanın gündem belirleyicileri olan Twitter kullanıcıların oluşturduğu #ayasofyacamii etiketi sosyal ağ analizi yöntemiyle incelenmiştir. Sosyal ağ analizi, kullanıcılar, gruplar, resmi veya gayri resmi kuruluşlar, bilgisayar ve sosyal ağ gibi kuruluşlar arasındaki ilişkilerin haritalama yöntemiyle ölçülmesine yardımcı olmaktadır. Sosyal ağ analiziyle, ağda bulunan ilişkilerin hem görsel hem de matematiksel olarak analiz edilmesi sağlanmaktadır (Dalkir, 2005: 116).

Sosyal ağ analizinin temel olarak dört özelliği bulunmaktadır. Bunlar; (1) sosyal ağ analizi, sosyal aktörleri birbirine bağlayan yapıları inceler; (2) sistematik ampirik verilere dayanır; (3) görselleştirme ve haritalandırmadan yararlanır, (4) matematiksel ve/veya hesaplama modellerinin kullanır (Freeman, 2004: 3).

Araştırmanın Uygulanması ve Örneklem

Twitter, dünyada milyonlarca aktif üyesi bulunan en önemli sosyal medya ağlarından biridir. Twitter'ı daha etkin bir şekilde kullanmak için ücretsiz üye olmak gerekirken, üye olmayan kullanıcılar da Twitter'ın herkese açık işlemlerini takip edebilmektedir. Kullanıcılar, Twitter aracılığıyla 280 karakter sınırlanmasıyla görüşlerini dile getirebilmekte, belirli kelime ve kelime öbekleri kullanarak veya hashtag olarak adlandırılan etiketler aracılığıyla kamuoyu oluşturabilmektedir.

İstanbul'un fethinin simgelerinden biri olan Ayasofya-i Cami-i Kebiri (Büyük Ayasofya Camii), 1934 yılında Bakanlar Kurulu'nun aldığı kararla müze olarak kullanılmasına karar verilmiştir. 10 Temmuz 2020 yılında Danıştay, 1934 yılında alınan kararı bozarak, müzenin yeniden camii olarak kullanılmasına karar vermiştir. Bu kararla ilgili olarak Twitter'da etiket oluşturulmuş ve 10 Temmuz-11 Temmuz 2020 tarihleri arasında #ayasofyacamii etiketine yaklaşık 800 bin tweet atılmıştır.

Bu çalışmada konunun Twitter'da tartışılmaya başlandığı ilk gün olan yani Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 10 Temmuz 2020 tarihinde gönderdiği tweet ve takip eden 12 ve 13 Temmuz tarihleri analiz edildikten sonra farklı gündem belirleyicilerin kamu gündemi üzerinde etkili olup olmadığını tespit etmek amacıyla aralıklarla 17 Temmuz ve 19 Temmuz tarihlerinde gönderilen tweetler incelenmiştir. Son olarak da Ayasofya Camii'nin resmi açılış tarihi olan 24 Temmuz 2020 günü etiket tekrar gündeme gelmiş ve yaklaşık 500 bin tweet atılmıştır. Bu yüzden bu tarihte değerlendirmeye alınmıştır.

Veri Toplama Aracı

Araştırmanın verileri Microsoft Excel programının bir eklentisi olarak işlev gören NodeXL yazılımı yoluyla toplanmıştır. NodeXL, Twitter'da kullanıcıların oluşturduğu etiket veya kullandığı kelimelerin toplanmasına yardımcı olan bir arayüze sahiptir. NodeXL aracılığıyla Twitter'da yer alan kullanıcıların ve paylaşımların analizi, kullanıcıların sosyal dünyasının toplam yapısının bir resminin çizilmesine yardımcı olmaktadır. NodeXL aracılığıyla gerçekleştirilecek bir sosyal ağ analizinde şu sorulara cevap bulunabilmektedir:

1. Twitter'da yer alan etkileşimlerin toplamı hangi kalıpların oluşturulmasını sağlamaktadır?
2. Kullanıcılar birbiriyle nasıl bağlantı (mention, hashtag, retweet) kurmaktadır?
3. Mevcut gündem maddelerini oluşturan, tartışma başlatan, cevap veren veya sorumlu kişi kim veya kimler?
4. Farklı konu gündemlerinden en çok hangi konu ilgi çekmektedir? (Smith, vd. 2009: 255).

Yapılan çalışmada öncelikle NodeXL programı aracılığıyla ağların genel görünümünün grafiği çıkarılmış, bahsetme, cevap verme, tweet, ağın yoğunluğu, aktör sayısı ve bağlantı sayısı gibi özellikler tespit edilmiştir. Daha sonra ağda birbirinden bağımlı ve bağımsız gruplar üzerinde etkili olan aktörleri tespit etmek amacıyla arasındalık merkeziliği ve oluşan ağda gündem belirleyicileri tespit etmek amacıyla da özvektör merkeziliği ölçüleri alınmış ve grafikleştirilmiştir.

Bulgular ve Yorum

Çalışmanın bu bölümü, #ayasofyacamii etiketiyle ilgili oluşan ağların genel görünümünü ortaya konularak, kamu gündemi ile politika gündemi arasındaki ilişkiyi içeren bulgulara yer verilmiştir. Bu bölümde ayrıca, bu ağ üzerinde hâkim olan aktörler ve gündem belirleyicilerin kim veya kimler olduğuna yönelik analiz sonuçları ve yorumlanmasını içermektedir.

Twitter Ağlarının Genel Görünümü

Ölçüt	10 Temmuz	11 Temmuz	12 Temmuz	13 Temmuz	17 Temmuz	19 Temmuz	24 Temmuz
Aktör Sayısı	1732	1784	1928	2078	1999	1609	1910
Bağlantı Sayısı	2260	2287	2328	2460	2166	3198	2147
Tweet	303	227	289	148	222	189	324
Repliesto (cevap verme)	22	38	53	29	35	94	15
Mentions (Bahsetmeler)	1935	2022	1986	2283	1909	2916	1808
Yoğunluk	0,0005	0,0005	0,0004	0,0004	0,0004	0,0010	0,0004

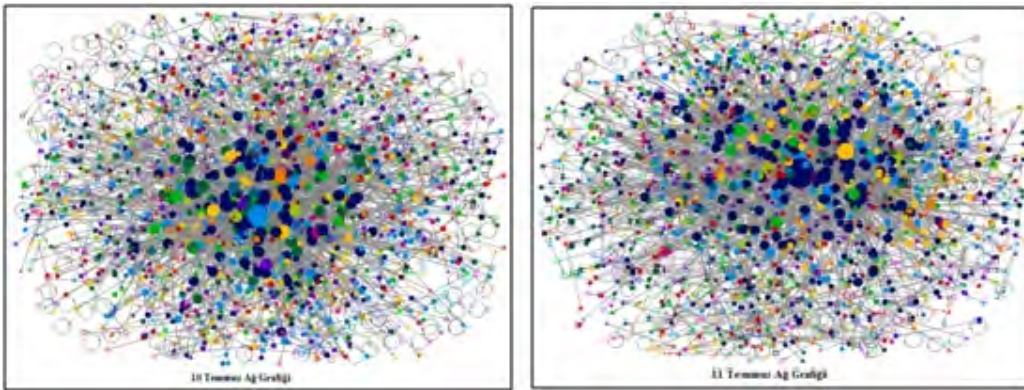
Tablo 1. #ayasofyacamii Ağının Genel Ölçütleri

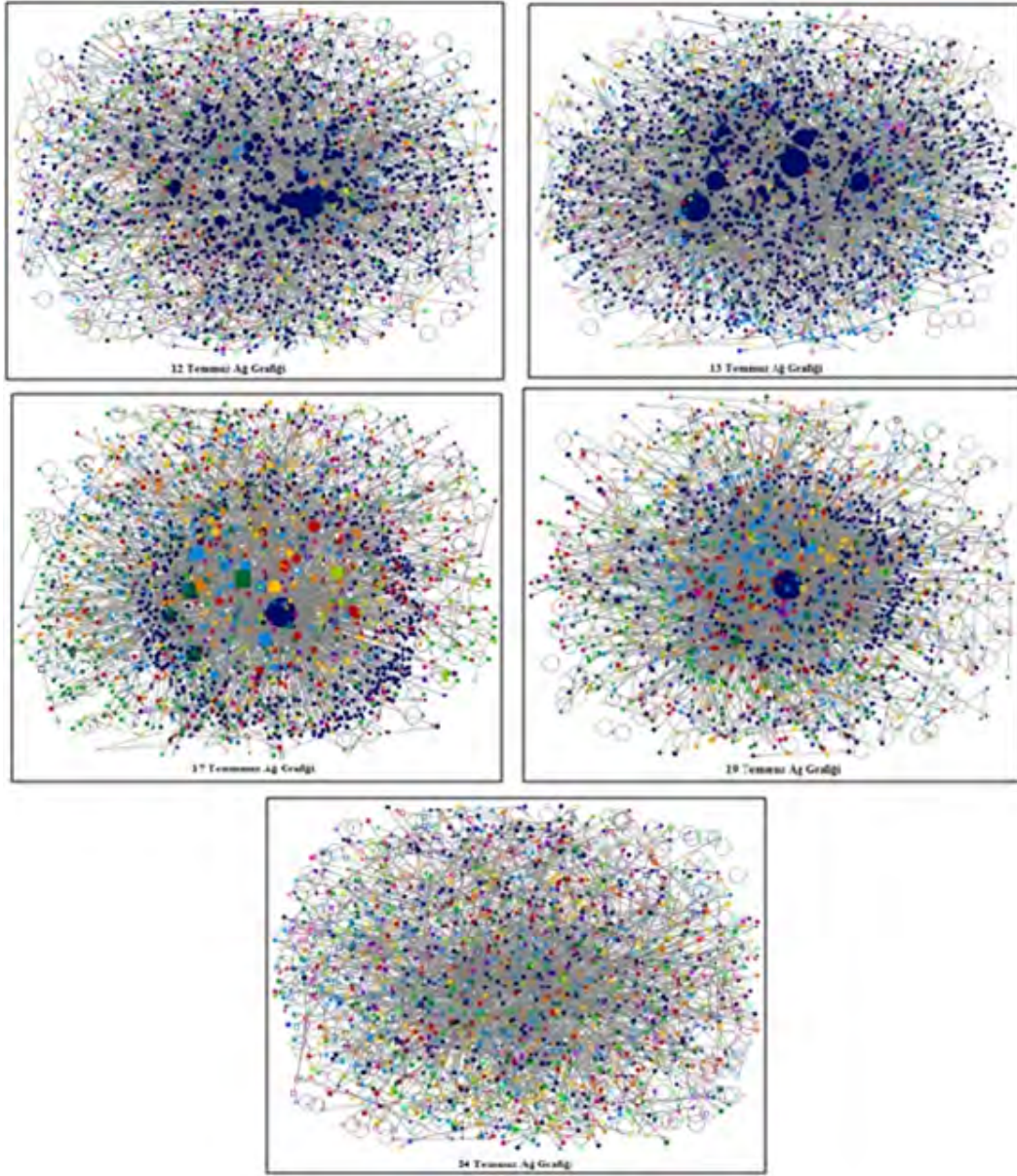
Ayasofya'nın Danıştay'ın aldığı karardan sonra tekrar camii statüsüne kavuşması, kamuoyu gündeminin bu konu üzerinde odaklanılmasına neden olmuştur. Özellikle Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın 10 Temmuz'da kararı açıkladığı "tweetten" sonra #ayasofyacamii etiketi Twitter gündeminin ilk sıralarına yerleşmiştir. Bu konuyla ilgili olarak 10-19 Temmuz 2020 tarihinde #ayasofyacamii etiketi ağının ölçütleri ve değerleri Tablo 1'de gösterilmiştir. Yukarıdaki ölçüt ve değerler, oluşturulan bu etiketle ilgili en çok hangi ölçütün kullanıldığını göstermektedir. Bu noktadan hareketle bu bağlar arasında, yoğunluğu mention yani bir diğer kullanıcıdan bahsetme oluşturmaktadır. Bu da bu ağ içerisinde kullanıcıların yoğun bir şekilde diğer kullanıcılardan bahsetmeyi tercih ettiğini göstermektedir. Bu durum gibi toplumsal durumlarda bireyler genelde kanaat önderi olarak kabul ettikleri ve yol gösterici konumunda bulunan kişilerin görüşlerini

benimsemekte ve desteklemektedir. Danıştay'ın Ayasofya kararı da bu gibi durumlara teşkil edilebilecek özelliktedir.

Tablo 1'de ağların yoğunluk değerleri de gösterilmiştir. Ağlar birbirine bağlı düğümlerden oluşmaktadır. Ağlar arasındaki uyumun en basit ölçüsü ise yoğunluk değeridir. Yoğunluk, ağdaki düğümlerin sayısı göz önüne alındığında, olası toplam bağ sayısının bir oranı olarak ifade edilen bir ağdaki bağ sayısı olarak tanımlanır (Crossley, 2020: 94). Sosyal ağ analizinde yoğunluk değeri, bağlantı sayısı veya olası bağlantı sayısı ile ilişkilidir. Yoğunluk potansiyel olarak kullanılabilir bağlantıların yüzde kaçının kullanıldığını göstermektedir. Yoğunluk sayısı 1'e yaklaştıkça yoğunluk artarken; 0'a doğru ise yoğunluk azalmaktadır (Gürsaka, 2009: 76). Öncelikle Danıştay'ın aldığı kararı Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın Twitter'da paylaştığı gün oluşan ağın yoğunluğu genel olarak düşük olmasına rağmen, o günün Twitter gündemi açısından öne çıkan durum incelendiğinde (0,0005) başlangıçta az gözüken yoğunluk ilerleyen günlerde biraz daha da artmaktadır. Bu da ilerleyen süreç içerisinde konunun sürekli gündemde tutulması, hâkim aktörlerin olaya dahil olması olarak görülebilir. Konu ile ağın yoğunluğu ise en yüksek seviyesine (0,0010) 19 Temmuz günü ulaşmıştır. Bu da Ayasofya ile ilgili somut adımların atılması ve hâkim aktör konumuna tekrar Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın geçmesiyle ilişkilendirilebilir. 24 Temmuz açılış gününe bakıldığında ise ağın yoğunluğunun oldukça düştüğü (0,0004) eski duruma geri döndüğü görülmektedir. Bu da kamuoyunun konu ile ilk günlerdeki gibi yoğun bir şekilde konuyu tartışmadığını göstermektedir. Bu durum olayın kanıksandığı ve tekrar nedeniyle rutin işlemler içerisine yerleşmesi olarak okunabilir.

Şekil 1'de #ayasofyacamii ağının farklı günlerde oluşan genel ağ haritası verilmiştir. Bu ağlardaki oval şekiller aktörleri temsil ederken; oklar ise bağlantıları temsil etmektedir. Oval şekillerin büyüklüğü aynı zamanda ağda hâkim olan konumlarını ve etkileşim sayısının fazla olduğunu göstermektedir. 10 Temmuz ile 24 Temmuz arasında oldukça fazla farklı gözlenmektedir. 10 Temmuz'da belirli aktörler üzerinde hâkimiyet öne çıkarken 24'de ise daha dağınık ve genele yayılmış bir durum söz konusudur. 17 ve 19 Temmuz'da ise birbirini takip eden halkalar öne çıkmaktadır.





Gündemin Hâkim Aktörleri

Ağ içerisindeki aktörlerin bilgi akışı üzerinde ne kadar güçlü olduğunu tespit etmek amacıyla Arasındalık Merkeziliği değerlerine bakılmaktadır. Arasındalık merkeziliği ağdaki aktörlerin bağlantısı olmayan aktörlerle olan bağlantısını göstermektedir. Arasındalık merkeziliği yüksek aralığa sahip aktörler, birbirinden bağlantısız düğümler arasında köprü kurarak, birbirinden uzak ve bağımsız olan diğer aktörlerden bağlantı gönderebilir veya alabilir (Balkundi ve Kilduff, 2006: 433).

Arasındalık merkeziliği bir düğümün diğer düğümlerden uzaklığını değil, o düğümün başka iki düğüm arasındaki en kısa yol üzerinde olup olmadığıyla ilgilenir. Bu değerlendirmeye göre de diğer aktörler arasındaki bilgi akışında köprü görevi gören düğüm merkez olarak görülmektedir. Arasındalık merkeziliği, birbirleriyle iletişim kuramayacak

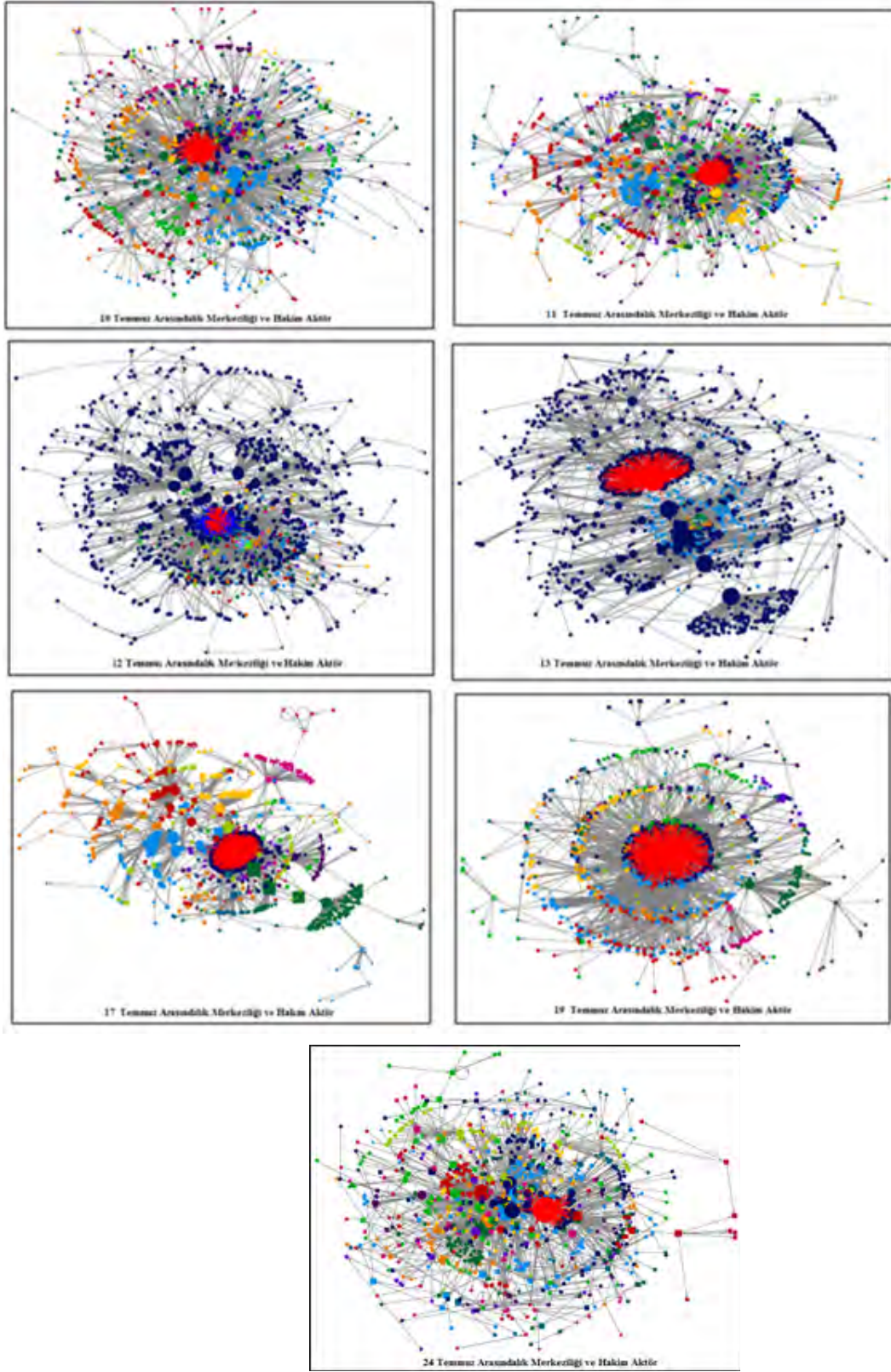
olan iki veya daha fazla düğüm kümesi arasında köprü görevi gören düğümlerin ölçütüdür (Salman, 2018:2-39). Tarihlerle göre arasındalık merkeziliği ölçüleri ve hâkim olan aktörler Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tarih	Arasındalık Merkeziliği	En Etkin Aktör
10 Temmuz	496134,325	@RTErdogan
11 Temmuz	575303,194	@RTErdogan
12 Temmuz	535894,177	@RTErdogan
13 Temmuz	832109,693	@mt_goksu
17 Temmuz	1247080,327	@AliYerlikaya
19 Temmuz	1330698,109	@RTErdogan
24 Temmuz	325708,076	@RTErdogan

Tablo 2: Arasındalık Merkeziliği ve Hâkim Aktörler

Tablo 2’de de görüldüğü gibi #ayasofyacamii ağı üzerinde hâkim olan aktörlerin arasındalık merkeziliği ölçütleri zaman içerisinde artmaktadır. Bu da ağdaki aktörlerin zaman içerisinde birden fazla olduğu ve gün geçtikçe az sayıdaki aktörün farklı düğümler arasında bağlantı kurduğunu göstermektedir. Tabloda da görüldüğü gibi en yüksek arasındalık merkeziliği ölçüsüne sahip aktör 19 Temmuz tarihinde Recep Tayyip Erdoğan’dır. Bu da o tarihte Recep Tayyip Erdoğan’ın konuyla ilgili ağdaki en önemli aktör olduğunu ve diğer bağlantısı olmayan kişiler arasında köprü görevi görerek, bağlantı kurduğunu göstermektedir.

#ayasofyacamii etiketiyle ilgili Twitter’da diğer bağlantısız aktörler arasında hâkim aktörleri gösteren grafik aşağıda gösterilmiştir. Bu grafiklerde, 10 Temmuz, 11 Temmuz ve 12 Temmuz tarihlerinde hâkim aktör olarak Recep Tayyip Erdoğan görülürken; 13 Temmuz’da hâkim aktör Esenler Belediye Başkanı ve İstanbul Belediyesi Ak Parti Meclis Üyesi Tevfik Göksu’dur. Göksu’nun Ayasofya Camii ile ilgili İstanbul Büyükşehir Belediye Meclisine verdiği dilekçe, hâkim aktör olarak ortaya çıkmasını sağlamıştır. 17 Temmuz’da İstanbul Valisi Ali Yerlikaya’nın Ayasofya Camii’nin açılışıyla ilgili attığı tweet bu tarihte hâkim aktör olarak onu ön plana çıkarırken; 19 Temmuz’da Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’ın Ayasofya Camii içerisinde paylaştığı fotoğraflar tekrar hâkim aktör olarak çıkmasına neden olmuştur. Yine açılış günü yani 24 Temmuz’da hâkim aktör konumunda bulunan Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan’dır. Bu da konu ile ilgili olarak Cumhurbaşkanı’nın ön plana çıktığını, Twitter’ın kamu gündemi üzerinde Cumhurbaşkanı’nın etkili olduğunu göstermektedir. Ancak bugün arasındalık merkeziliği diğer günlere göre düşüktür.



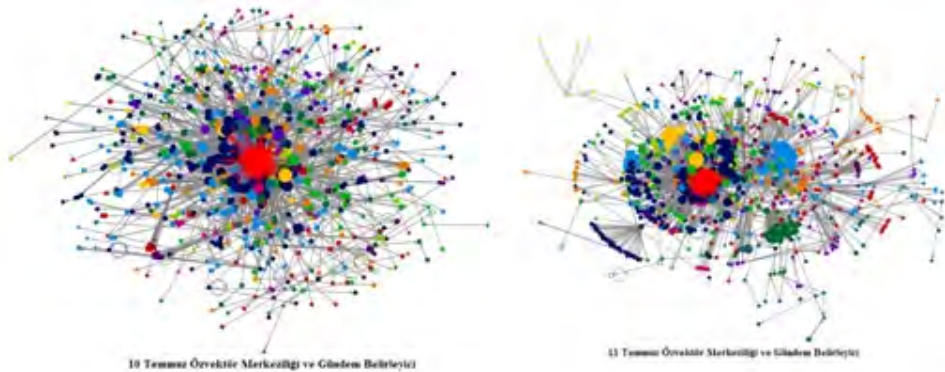
Grafikte kırmızı olarak vurgulan yoğunluk hâkim aktörü temsil etmektedir. Hâkim aktörler, birbirinden bağımsız durumda bulunan aktörler arasında bağlantı kurmaktadır.

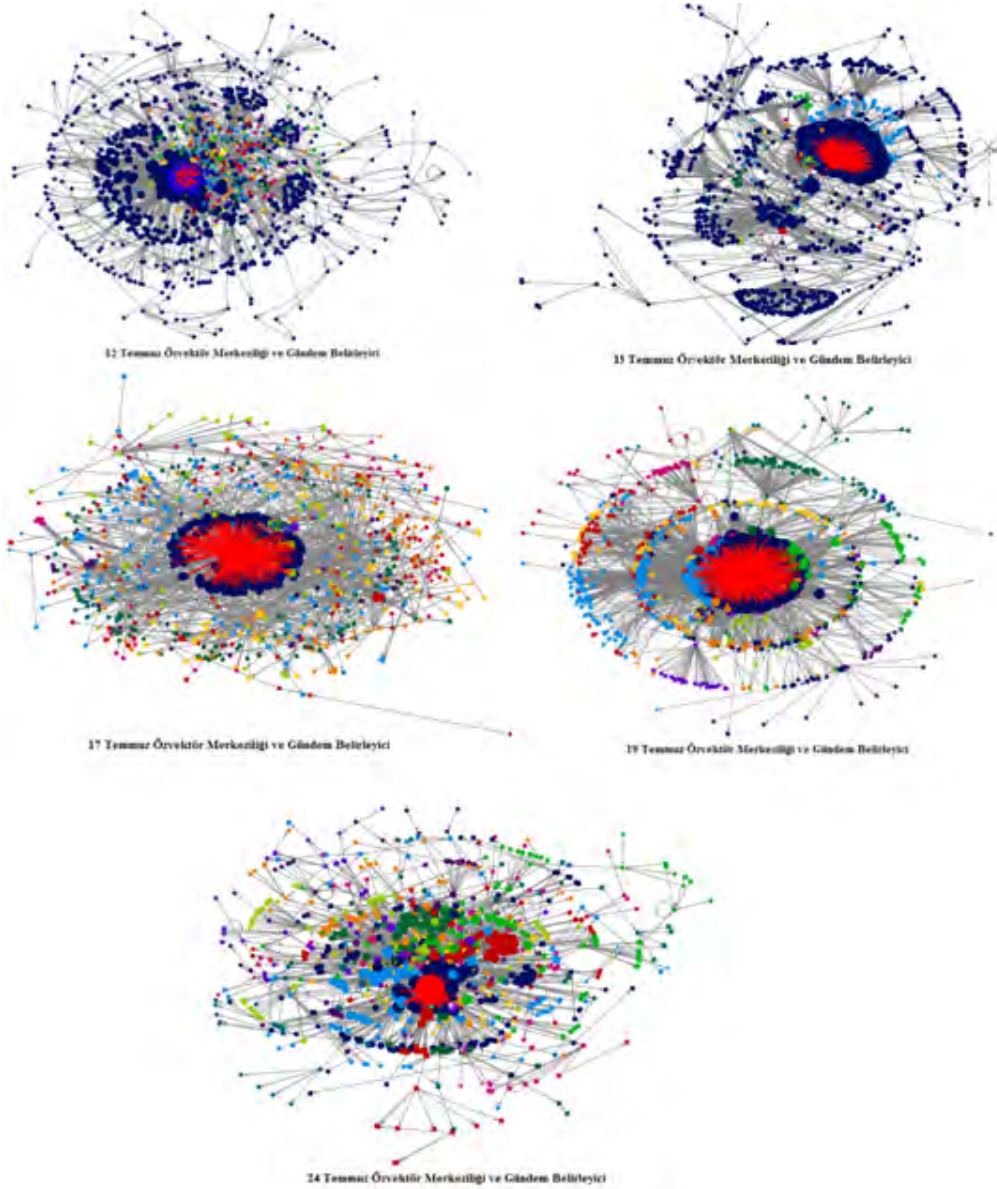
Bu ağlarda özellikle hâkim aktörler attıkları tweetlerle kamuoyunun gündemini belirlemektedir. Aktörlere gelen kırmızı okların yönünden de anlaşılacağı üzere, etkileşim cevap verme ve bahsetme şeklinde olmaktadır.

Gündemin Belirleyicileri

Sosyal ağ analizinde ölçme yöntemlerinden biri olan özvektör merkeziliği, özellikle sosyal medya ölçümleri için oldukça uygun bir ölçme yöntemidir. Özvektör merkeziliği, bir ağdaki düğümlerin önem derecesini göstermektedir. Özvektör merkeziliği, tüm bağlantıların eşit olmadığını kabul eder. Bir ağda etkili olan düğümlerle kurulacak bağlantı, daha az etkili düğümlerle bağlantı kurmaktan daha fazla etki sağlamaktadır. Özvektör merkeziliği, bir tepe noktasında yer alan bağlantıların sayısına ve kalitesine bağlı bir merkezîyet kazandırmaktadır. Az sayıda kaliteli bağlantıya sahip olmak, çok sayıda yüksek bağlantıya sahip olmaktan daha önemli hale gelebilmektedir (Newman, 2008: 5). Bu durum özellikle Twitter’da fake olarak adlandırılan sahte hesapların arındırılması noktasında kullanılmaktadır. Başka bir deyişle, Twitter’da oluşturulan bir ağdaki düğümlerin kalitesi özvektör merkeziliği aracılığıyla sağlanmaktadır. Daha düşük kaliteye sahip olan fake hesapların etkileşimi, daha az bağlantı sayısına sahip yüksek kaliteli hesapların gerisinde kalmaktadır.

Aşağıdaki grafiklerde #ayasofyacamii ağının özvektör merkeziliği görülmektedir.





Yukarıda ağ grafikleri verilen özvektör merkeziliği analizlerine bakıldığında, ağdaki etkin aktör sayısı düştükçe ve olayın üzerinden belirli bir zaman geçtikçe konu üzerindeki gündem belirleyicilerin azaldığı görülmektedir. Konunun gündeme geldiği ilk günlerde birden fazla gündem belirleyicinin olduğu ağdaki grafiklerin yoğunluğunda da anlaşılmaktadır. Bu da birden fazla gündem belirleyicinin ağ üzerinde hâkim olduğunu göstermektedir. Ancak konunun üzerinden zaman geçtikçe ağdaki gündem belirleyicilerin rolü de netleşmektedir. Özellikle 17 Temmuz'da İstanbul Valisi Ali Yerlikaya'nın ve 19 Temmuz'da Cumhurbaşkanı Recep Tayyip Erdoğan'ın paylaşımı, ağ üzerindeki gündem belirleyicilerin merkezi konumda olmasını sağlamıştır. Özvektör merkeziliği ölçüleri, 17 Temmuz ve 19 Temmuz tarihlerinde oldukça kaliteli bağlantılar aracılığıyla gündem belirleyicilerin önemini kanıtlamaktadır. 24 Temmuz'da ise özvektör merkeziliği daha düşük gözlenmiştir.

Sonuç

Sosyal medya geleneksel iletişim kalıplarını değiştirmiş, aynı zamanda geleneksel medya ile ilgili olarak üretilen düşünce yapılarının da değişmesine neden olmuştur. Bu nokta da yeni olgular ortaya çıkmış, eski olgular revize edilerek yeniden üretilmiş veya geçerliliği ortadan kalkmıştır. Medya araçlarının temel işlevleri, sosyal medya üzerinden yeniden şekillenirken medya- toplum- birey ilişkisi, sosyal medya araçları ile değişime uğramıştır. Değişim olgusu yaşayan unsurlardan biri de kamuoyu ve gündemdir. Sosyal medya ile gündemin oluşumu, üretilmesi ve bu üretim sürecinde etkili olan aktörler de farklılaşmıştır.

Sosyal medya ağlarının ortaya çıkışıyla birlikte sosyal medya ağlarının karmaşık yapısını çözümlenmede çeşitli yöntemler kullanılmaya başlanmıştır. Bu yöntemlerden biri olan sosyal ağ analizi özellikle Twitter gibi karmaşık ağlardaki ilişkileri hem matematiksel hem de görsel olarak haritalandırmaya yardımcı olmakta ve bu analiz yöntemi sosyal medya ağlarındaki yapının çözümlenmesini kolaylaştırmaktadır. Sosyal ağ analiziyle birlikte, ağlarda etkin olan ana aktörler ve bu ana aktörlerin rollerinin tespit edilmesi sağlanmaktadır. Sosyal medya ağlarında gündemin birden fazla belirleyicisi olabilmektedir. Bu gündem belirleyiciler saatler hatta dakikalar içerisinde değişebilmektedir. Bu bağlamda sosyal ağ analizi bu değişimin tespit edilebilmesi bakımından iletişim çalışmalarına katkı sağlamaktadır.

Twitter gündemi üzerinden kamu gündemini ele alan bu çalışmada politika gündeminin, medya gündemini etkilemeye devam ettiği, merkezileşmenin güçlü olduğu, yönlendirmeye açık olduğu, bir etiketle ortaya çıkan olgunun ağlar açısından ikincil bir aktöre taşındığı ve ikincil aktörlerin mesajın dağıtımı ve yönlendirilmesinde etkili olduğu gözlenmiştir. İkincil alanda aktörlerin, mesajları belirli mesafede tekrar üreterek için alana ve aktörlere kaydırıldığı dikkati çekmektedir. Network üyelik sistemi gibi oluşan bu durum her zaman ve her olgu da gerçekleşmese de bazı dönemlerde ortaya çıkması, yönlendirmeyi ve gündemin kurgulandığına işaret etmektedir. Çünkü sivil bir kamusal gündemde farklı öbeklerin ve çeşitliliğin artması gerekirken halka şeklinde gelişen durumlar normalin dışına çıkıldığını göstermektedir. Bu durum sivil olanın hala zayıf olduğu, merkezden çevreye doğru bir gündemin oluştuğunu, çevresel faktörlerin zayıflığını göstermektedir. Eşik bekçilerinin merkezle bağlantılı ve kendi düşünce ve fikirlerini üretmediklerini aksine aktarıcı olduklarını ortaya koymaktadır.

Diğer taraftan ağların görülebilmesi ve ilişkilerin ortaya konması, gündemin ağlar vasıtasıyla yönlendirilebilir, yönetilebilir ve istendik şekilde inşa edilebilir niteliğine dikkat çekmektedir. Bu noktada sivil olguların güçlü olduğu yapılar kamusal adına olumlu etkiler sağlarken otorite ve iktidar için nasıl bir yapı ile karşı karşıya olduğu ve bunun için nasıl bir yol haritası çizmesi gerektiği ile ilgili veriler sunmaktadır. Diğer taraftan siyasal aktörlerin Twitter'da kamu gündemini belirleyen yapı olarak varlığını sürdürdüğü, merkezilik açısından de günler uzadıkça aktörlerin ve konunun geriye düştüğü, anında merkezilik ve hâkim aktörün yeniden ve sürekli üretilmesi gerektiği, yoğunluk açısından bağlantıların ve kanaat önderi durumunda olan ikinci halkaların Twitter gündeminde öne çıktığı gözlenmiştir.

Kaynaklar

Balkundi, P., and Kilduff M., (2006). "The ties that lead: A social network approach to leadership." *The Leadership Quarterly*, 17.4,419-439.

Castells M. (2008). *Enformasyon Çağı: Ekonomi, Toplum ve Kültür*, Çeviren Ebru Kılıç, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Cheng Y. (2016). "The third-level agenda-setting study: an examination of media, implicit, an dexplicit public agendas in China," *Asian Journal of Communication*, 26:4, 319-332.

Cohen, B. C., (1963). *The Press and Foreign Policy*, USA: Princeton University Press.

Conway, B. A. et al., (2015). "The rise of Twitter in the political campaign: Searching for intermedia agenda-setting effects in the presidential primary." *Journal of Computer-Mediated Communication*, 20.4, 363-380.

Crossley, N., (2020). *Social Network Analysis*, eds. George Ritzerand Wendy Wiedenhoft Murphy, In: Sociology, John Wiley&Sons.

Dalkir, K., (2005). *Knowledge Management in Theory and Practice*. MIT Press.

Dingin, A., E., (2020a). "Ekonomi haberlerine yönelik üçüncü aşama gündem belirleme araştırması." *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi* 8.1, 133-154.

Dingin, A., E., (2020b). "Kadına yönelik şiddet haberlerinin kamuoyuna etkisi: üçüncü aşama gündem belirleme çalışması." *İstanbul Arel Üniversitesi İletişim Çalışmaları Dergisi*, 7,15,53-72 .

Freeman, L., (2004). *The Development of Social Network Analysis: A Study In The Sociology Of Science*, United States of America: Empirical Press.

Guo, L.et al., (2012). "An expanded perspective on agenda-setting effects: Exploring the third level of agenda setting." *Revista de Comunicación*, 11, 51-68.

Guo, L., (2012). "The application of social network analysis in agenda setting research: a methodological exploration", *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 56, 4,616-631.

Guo, L.,and Vargo, C., (2015). "The power of message networks: a big-data analysis of the network agenda setting model and issue ownership", *Mass Communication and Society*, 18,5, 557-576.

Lazarsfeld, P.,et al., (1998). *The People's Choice How the VaterUp His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Columbia Universty Press.

Lippmann, W., (1992). *Public Opinion*. New York: Macmillan.

McCombs, M., E., and Shaw, D., L., (1972). “The agenda-setting function of mass media”, *Public Opinion Quarterly*, 36, 2, 176-187.

Meraz, S., (2009). “Is there an elite hold? Traditional media to social media agenda setting influence in blog networks.” *Journal of Computer-Mediated Communication* 14.3, 682-707.

Meraz, S., (2011). “Using time series analysis to measure intermedia agenda-setting influence in traditional media and political blog networks.” *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 88.1, 176-194.

Neuman W. R., et al, (2014). “The Dynamics of Public Attention: Agenda-Setting Theory Meets Big Data”, *Journal of Communication* 64. 2, 193–214.

Neuman, R., W. et al., (2014). “The dynamics of public attention: Agenda-setting theory meets big data.” *Journal of Communication*, 64.2, 193-214.

Newman, M. EJ. (2008). “The mathematics of networks.” *The New Palgrave Encyclopedia Of Economics*, 2, 1-12.

Rogers, E., M., and Dearing, J., W., (1988). “Agenda-setting research: Where has it been, where is it going?” *Annals of the International Communication Association*, 11.1, 555-594.

Rogstad I., (2016). “Is Twitter justrehashing? Intermedia agenda setting between Twitter and mainstream media”, *Journal of Information Technology&Politics*, 13, 1-17.

Sayre, B. et al., (2010). “Agenda setting in a digital age: tracking attention to california proposition 8 in social media, online news, and conventional news”, *Policy & Internet*, 2, 2.

Sert Eteman, F., Tüzüntürk, S., ve Gürsakal, N., (2014). NodeXL ile Sosyal Ağ Analizi: #akademikzam Örneği, 15. *Uluslararası Ekonometri, Yöneylem Araştırması ve İstatistik Sempozyumu*, 464-481.

Sweetser, K. D., et al., (2008). “Intermedia agenda setting in television, advertising, and blogs during the 2004 election”, *Mass Communication and Society*, 11.2, 197-216.

Van djik., (2006). *The Network Society Social Aspects of New Media*, SAGE Publications, London, UK.

Vargo, C. J., and Guo, L., (2016). “Networks, big data, and intermedia agenda setting: an analysis of traditional, partisan, and emerging online u.s. news.” *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 94,4, 1031–1055.

Vargo, C., et al., (2014). “Network issue agendas on Twitter during the 2012 US presidential election.” *Journal of Communication*, 64.2, 296-316.

Vu, H., T., et al., (2014). “Exploring “the world outside and the pictures in our heads” A network agenda-setting study.” *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 91.4, 669-686.

Wallsten, K. (2007). "Agenda setting and the blogosphere: An analysis of the relationship between mainstream media and political blogs." *Review of Policy Research*, 24.6, 567-587.

Yüksel, E., and Dingin, A. E., (2020). "Does "it" work in Turkey? A network agenda-setting research", *Erciyes İletişim Dergisi*, 7,1,435-450.

Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında Web Siteleri: KKTC Belediyeleri Üzerine Bir Analiz

Websites in Municipalities Public Relations Work: An Analysis on TRNC Municipalities

Ümmü Bayraktar, Yrd. Doç. Dr., Girne Amerikan Üniversitesi, E-Posta: ummubayraktar@gau.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

Halkla İlişkiler,
KKTC, Belediye,
Kurumsal Web Sitesi,
Tanıtma-Tanıtma.

Öz

Günümüzde ülke yönetimindeki yeri ve önemi giderek artan belediyelerin etkin bir halkla ilişkiler çalışması gerçekleştirebilmesi, çağın gerektirdiği araç, gereç ve donanımlara sahip olmasından geçmektedir. Halkı tanımak ve belediyeyi tanıtmak gibi iki boyutlu bir iletişim sürecine işaret eden halkla ilişkiler sürecinde; belde halkı ile etkili şekilde iletişim kurulabilmesi için kullanılacak araçların seçiminin iyi yapılması gerekmektedir. Güncel web teknolojileri, sunduğu olanaklar sayesinde halkla ilişkiler uygulamalarının en önemli aracı haline dönüşmüştür. Bu çerçevede online halkla ilişkiler uygulamaları arasında yer alan ve belediyelerin halk ile kuracağı iletişimde kurumsal web sitelerinden etkin bir biçimde yararlanılması gereklilik halini almıştır. Çalışmada belediyelerde halkla ilişkilerin tanıma ve tanıtmaya faaliyetleri çerçevesinde Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti (KKTC)'nde örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan Lefkoşa Türk Belediyesi (LTB), Gazimağusa, Girne, Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyeleri'nin kurumsal web sitelerinden ne düzeyde yararlandığı ve web sitelerini halkla ilişkiler çalışmalarında nasıl kullandıklarının karşılaştırmalı olarak içerik analizi yöntemiyle belirlenmesi amaçlanmıştır. Web sitelerinin ana sayfaları Şubat 2020 ve Mart 2020'de on beşer günlük iki ayrı periyodla, aynı gün ve aynı tarihlerde incelenmiştir. Elde edilen bulgular, belediyelerin web sitelerini halkla ilişkiler amaçlı kullandıklarını ancak web sitelerinde hem tanıma hem de tanıtmaya faaliyetleri açısından eksiklikler bulunduğunu göstermiştir.

Keywords:

Public Relations,
TRNC, Municipality,
Corporate Web Site,
Recognition-Publicity.

Abstract

Today, municipalities, whose place and importance in governing countries are increasing gradually, is able to carry out an effective public relations practices by possessing the tools, equipment and equipment required by the age. In the public relations process, which points to a two-dimensional communication process such as getting to know the public and publicity; in order to be able to communicate with the inhabitants in the most effective way, the selection of the tools to be used must be well selected. Current web technologies and the opportunities it offers, has become the most important tool of successful public relations practices. In this context, it has become a necessity to use the corporate websites effectively, in the communication between the public and the municipalities, which is among the online public relations applications. In this study; as part of the recognition and promotion activities of public relations in the municipalities, the level of utilization of the corporate websites of Nicosia Turkish Municipality, Famagusta, Kyrenia, Gönyeli, Dikmen and İskele Municipalities in TRNC and how they use their websites in public relations practices are tried to be determined comparatively with content analysis method. Websites were examined in February 2020 and March 2020 with two fifteen-day periods, on the same day on the same dates. Findings shows that, municipalities use their websites for public relations purposes but there are deficiencies in their recognition and promotion activities.

Giriş

Dünya, internet teknolojisi ile 90'lı yıllarda tanışmış, 2000'li yıllarla birlikte neredeyse en etkili iletişim kanalı olarak geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Toplumlar için vazgeçilmez bir bilgi ve veri havuzu haline gelmesiyle önemi daha da artmış, gelişen internet teknolojileriyle birlikte iletişim kavramı da yeni bir boyut kazanmıştır. Bu süreç içinde iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler, birçok alanı olduğu gibi yönetim ve iletişim disiplini olarak halkla ilişkiler alanını da büyük ölçüde etkilemiş; alana ve uygulamalarına birçok yenilik getirmiştir. Bu çerçevede, yaşamın her alanına giren ve kullanıcı sayısı gün geçtikçe artan, ağların ağı olarak tanımlanan, günümüz dinamik ortamında halkla ilişkiler çalışmaları açısından yeni ve önemli bir iletişim aracı olan internet, sağladığı olanaklar sayesinde özel sektör kuruluşlarında da kamu kuruluşlarında da yaygın ve etkin biçimde kullanılmaya başlanmıştır. Bilgisayarlar arasında elektronik bir ortamda veri alışverişini sağlayan ve günümüzde dünya çapında milyonlarca insanın faydalandığı internet, bağlantılı birçok uygulaması (elektronik posta, çevrimiçi sohbet, dosya aktarımı, world wide web'in barındırdığı birbiriyle bağlantılı web sayfaları, intranet gibi) sayesinde zamanla hem elektronik ticaret (e-ticaret), hem kurumsal iletişim amaçlı kullanılır hale gelmiş; kurumların yapıları, iş görme biçimleri ve hedef kitleleriyle ilişki kurma şekillerinde de birtakım yenilikleri beraberinde getirmiştir. "İnternet, web ortamını (world wide web) doğurmuş, web siteleri de web ortamında bir web tarayıcı ile ulaşılabilen enformasyon kaynağı olarak ortaya çıkmışlardır" (Yayınoglu vd., 2007: 132). "Sanal ortamda depolanmış enformasyon, veri ve belgelere en kısa sürede ulaşmayı sağlayan ve bunu yaparken de etkileşim yaratan özelliği nedeniyle web ortamı ve web siteleri zamana ve mekana bağlı olmadan her türden kurum ve kuruluşun, kurumsal iletişim hedeflerine ulaşmasında vazgeçilmez bir yol olmuştur" (Yayınoglu vd., 2007: 132).

Kamu kurumlarında farklı internet uygulamaları ile kendini gösteren bu çalışmaların belediyelerde daha çok e-devlet uygulamaları biçiminde olduğu görülmektedir. Bu çerçevede günümüz karmaşık toplum yapısı içinde ülke yönetimindeki yeri ve önemi giderek artan belediyeler de vatandaşa çağdaş hizmet götürebilmek için elektronik ortamdaki yararlanarak çalışmalarını; tanıtım, ilke ve hizmetlerini elektronik ortama yansıtacakları e-belediyecilik uygulamalarına dönüştürmüşlerdir. E-belediyecilik uygulamalarının aşamalarından biri olan ve belediyelerin dışa açılan penceresi olarak kurumsal web sitesi kullanımı, halkı tanımak ve belediyeyi tanıtmak gibi iki boyutlu bir iletişim sürecine işaret eden halkla ilişkiler sürecinde; halkla ilişkilerin özü olan "belediye yönetimi ve halk arasında en yüksek oranda uyum, işbirliği ve güvenin gelişmesinde ve korunmasında, belediye hizmetlerinin daha kaliteli ve halk odaklı yürütülmesinde" (Boztepe, 2013: 99) büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede çalışmanın ilk kısmında; belediyelerde halkla ilişkilerin önemi ve uygulamaları ele alınmakta, bir halkla ilişkiler aracı olarak web siteleri, belediyelerin halkla ilişkiler çalışmalarında web sitelerinin kullanımı ve kullanım alanları, bir halkla ilişkiler aracı olarak web sitesinin unsurları değerlendirilmektedir. Çalışmanın analiz bölümünde KKTC'de yer alan ve örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan belediyelerin (LTB, Gazimağusa, Girne, Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyeleri) kurumsal web sitelerinin halkla ilişkiler açısından nasıl kullanıldığını belirlemek üzere, biçimsel özellikler ile halkla ilişkiler faaliyetlerinde

halkı tanıma ve belediyeyi tanıtmada web sitelerinden bir halkla ilişkiler aracı olarak nasıl yararlandıklarının belirlenmesi amaçlanmıştır. Çalışma; KKTC’de alandaki araştırmaların yetersizliği nedeniyle literatüre katkı koymak, belediyelerin halkla ilişkiler çalışmalarında yeni teknoloji kullanımının durumunun belirlenmesi ve e-belediyecilik çalışmalarına katkı koyması anlamında önemlidir.

Belediyelerde Halkla İlişkilerin Önemi ve Uygulamaları

Demokratik toplumlarda kamu yönetiminin başlıca varlık nedeni yönetim aracılığı ile topluma hizmet etmektir. Bu çerçevede, kamu kişi, kurum ve kuruluşları kurum amaçlarını gerçekleştirebilmek için kendilerine varlık kazandıran, hizmet götürdüğü toplum kesimleri ile uyumlu, karşılıklı güvene dayalı ilişkiler kurmak ve bu ilişkileri geliştirmek için sorumlu, duyarlı ve saygılı bir yönetim felsefesi benimsemek zorundadır. “Örgüt ve onun hedef kitleleri arasında karşılıklı anlayış, işbirliği ve güvenin sağlanması ve örgütsel amaçların başarılması için örgüt içindeki ve dışındaki tüm planlı iletişim çabaları” (Çakmak ve Kilci, 2011: 221) olarak tanımlanabilen halkla ilişkiler, kurumların amaçlarına ulaşmasında yönetim sürecinin önemli bir parçasını oluşturur. Varlıklarının gerekçesi halka hizmet götürmek olan kamu kurumlarının başarısı hizmetin her aşamasında vatandaşlarla kurulacak yeterli ve iyi bir ilişkiden geçmektedir. Bu çerçevede yöneten ve yönetilenler arasında bir köprü vazifesi gören, bu ilişkilerin dengesinin sağlanmasında kurum ve paydaşları arasındaki iletişimi sağlayan halkla ilişkiler uygulamaları büyük önem taşır.

Günümüz dünyasında, bilgi toplumuna geçiş ve teknolojinin gelişmesi başta olmak üzere pek çok yeni gelişmeyle karşı karşıyayız. Çağdaş kamu yönetimi açısından düşünüldüğünde de, kurumların halkla daha fazla iletişim kurma zorunluluğu artmıştır. “Kurumlar yaptıkları çalışmaları daha hızlı bir şekilde halka ulaştırmak, onların fikrini almak, şikayetlerini değerlendirmek ve en önemlisi onlarla işbirliği içinde olmak durumundadır. İki yönlü iletişime dayanan halkla ilişkiler, kurumların bu anlayışlarının gelişiminde en önemli basamaklardan biridir” (Mert, 2016: 148). Yönetim ve yönetilen arasındaki kopukluğu önlemek, bütünleşmeyi sağlamak halkla ilişkilerin temel amaçlarından biridir. Halka en yakın kamu kuruluşları olarak nitelendirilen belediyelerde halkla ilişkiler; “seçilmiş organları, tüm çalışanları ile bir tüzel kişilik olan belediyenin, ilişkide bulunduğu toplumun güven ve desteğini sağlamak için giriştiği, iki yönlü iletişime dayalı, sonuçta kamuoyunda belediyenin, belediyede halkın istediği yönde değişikliklerin gerçekleşmesine, böylece belediye ile halk arasında en uygun uyum ve dengenin sağlanmasına yönelik sistem ve sürekli çabalar” (Torlak, 1999:160). Özel kuruluşlarda olduğu gibi kamu kuruluşlarında ve özellikle kar amacı gütmeyen kuruluşlar arasında yer alan belediyelerde de; tanıma, tanıtmaya ve hizmet politikalarının belirlenmesi açısından halkla ilişkiler çok önemlidir ve halkı tanımak ve belediyeyi tanıtmak gibi iki boyutlu bir iletişim süreci söz konusudur.

“Halkla ilişkiler uygulamalarında çalışmaların bir bölümü çevreye dönük iken, bir bölümü de yönetimin karar almada bilgi eksikliğini gidermek, çevreyi tanımak, halkla kimi konularda sorumluluğu bölüşmek, değişen koşulları ve onlarla ilişkili halk isteklerini

öğrenmekle ilgilidir. Tanıma derken bu amaçlar ve bunlarla ilgili uygulamalar, çalışmalar anlaşılmalıdır” (Kazancı, 2004: 135). Yönetimin halkı tanınması ve sorunlarını öğrenmesi sonucu ortaya çıkacak somut sonuçlar, kararlara aktararak uzlaşma sağlanmasına yardımcı olacağı gibi, destek ve güveni artırarak kararların uygulanabilirlik şansını artıracak; ülkenin daha rahat yönetilmesini sağlayacaktır.

“Tanıtma, hedef kitlenin genel olarak aydınlatılması, kararların açıklanması, bilgi eksikliğini giderilmesi için, sorunlu noktalarda hedef kitleyi bilgilendirme çalışması olarak tanımlanabilir” (Kazancı, 2004: 73). Halkla ilişkilerde tanıtma işleviyle yönetim halkın kendisinden beklediği bilgileri aktarırken bir yandan da halkın kendisi ile aynı görüşte olmasını sağlamanın yollarını arayacaktır. “Tanıtımda yönetimin işlem çevresi tüm ülkedir, tüm ülke insanlarıdır. Ancak ulaşılacak kitlelerin öncelikler açısından bir sınırlaması vardır. Bu çerçevede belediyelerin işlem çevresi önce o belde halkıdır” (Kazancı, 2004: 74)

Halkla ilişkiler literatürü incelendiğinde, kamuda da özel sektör de gerçekleştirilen uygulamalar belli başlı sınıflamalara tabi tutulmaktadır. Sınıflandırmalarda temelde halkla ilişkiler uygulamalarının iki unsur üzerine odaklandığı görülmekte ve belediyelerin halkla ilişkiler uygulamalarına ilişkin tanıma ve tanıtma olarak yapılan sınıflama kabul edilmektedir.

Belediyelerde Halkla İlişkilerde Tanımda (Halkın Görüşlerini Belirlemede) Kullanılan Uygulamalar

“Halkla ilişkiler çalışmalarının başarılı olabilmesi için mesajı gönderen kaynak konumundaki kurum ya da kuruluşun alıcı durumundaki hedef kitleleri (kamuları) tanınması gerekmektedir” (Bıçakçı, 2004: 117). “Yönetmek önce tanımak yani danışmak, sormak demektir. Danışan yönetimin aldığı karar, çevreyi tanımanın sağladığı bilgi üstünlüğünü özünde taşımaktadır” (Kazancı, 2004: 139). Belediyelerin halkın görüşlerini öğrenmeye ve onları tanımaya yönelik kullandığı çeşitli yol ve yöntemler bulunmaktadır. Bu çerçevede halkla ilişkilerde tanımaya yönelik kullanılabilecek yol ve yöntemler aşağıdaki maddeler altında değerlendirilebilir (Bülbül, 1998: 7; 2009: 94-98; Onal, 2000: 204; Yalçındağ, 1996: 107-129; Tarhan ve Bakan, 2013: 56; Özüpek, 2013; Kazancı, 2004: 140):

Kamuoyu Araştırmaları (Kamusal Anketler),

Danışma ve Belediye Danışma Merkezleri,

Temsilcilere Danışma,

Medyanın İzlenmesi,

Yönetici İle Halkın Yüz Yüze Görüşmesi,

Hemşehri Başvuru Büroları,

Personelden Elde Edilecek Bilgiler,

Dilek ve Şikayet Kutuları,

Referandum.

Belediyelerde Halkla İlişkilerde Tanıtımda (Yapılan Hizmetlerden Halkı Haberdar Etmede) Kullanılan Uygulamalar

Belediye yönetiminin aldığı kararların ve gerçekleştirdikleri uygulamaların vatandaşlara duyurulması yanında kamuoyu oluşturmaya yönelik faaliyetlere odaklanan tanıtma çalışmaları aynı zamanda kuruluşların yapılarının son derece karmaşıklaşmış olduğu günümüzde kuruluşun iç işleyişi, işlemlerin nasıl yapıldığı, bu işlemlerin neler olduğu ve hangi sürelerde başvurunun yanıtlanacağı gibi konuların yönetilene öz ve açıkça anlatılması açısından da son derece önemlidir.

Belediyelerde halkla ilişkilerde tanıtıma yönelik kullanabilecek yol ve yöntemler aşağıdaki maddeler altında değerlendirilebilir (Kazancı, 2004: 86; Tarhan ve Bakan, 2013: 65):

- Basınla İlişkiler,
- Basın Bülteni,
- Basın Toplantısı,
- Radyo ve Televizyon,
- Kurum Yayınları,
- Önderlerden Yararlanma,
- Yıllık Raporlar,
- Tanıtım Filmleri,
- Sergiler, Festivaller ve Etkinlikler,
- Mobil Telefon Teknolojileri (SMS)

Belediyelerde Halkla İlişkilerde Tanımda (Halkın Görüşlerini Belirlemede) ve Tanıtımda (Yapılan Hizmetlerden Halkı Haberdar Etmede) Kullanılan Uygulamalar

Belediye halkla ilişkilerinde hem belediye yönetimi için halkın istek ve beklentilerini tanıma, hem de belediyelerin aldığı kararlar ve uygulamalardan halkı haberdar ederek tanıtma işlevini yerine getirerek simetrik bir iletişim biçimini taraflar arasında sağlamak için çeşitli yol ve yöntemler kullanılmaktadır. Bu uygulamalar aşağıdaki gibi sıralanabilir (Tarhan ve Bakan, 2013: 72):

- Halkla ve Örgütlenmiş Gruplarla Yapılan Toplantılar,
- Belediye Meclis Toplantıları,

Online Uygulamalar (Kurumsal Web Siteleri, Sosyal Medya Uygulamaları, Mobil Uygulamalar) (Şenyurt, 2016: 51)

Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak Web Siteleri

Günümüzde insanlar için vazgeçilmez bir araç haline gelen, yaşamın her alanına giren, kullanıcı kişi sayısı gün geçtikçe artan ve en genel tanımı ile, dünya çapında bilgisayarların birbiri ile bağlandığı ağ olarak tanımlanan internet, özel kuruluşlarda da kamu kuruluşlarında da yaygın ve etkin olarak kullanılmaya başlanmıştır. 2000’li yıllarla birlikte neredeyse en etkili iletişim kanalı olarak geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlayan internetin gelişmediği dönemlerde kurumların halkla ilişkiler faaliyetleri daha çok yazılı ve basılı kaynaklara dayanan geleneksel kitle iletişim araçlarına dayanmaktaydı. Bu çerçevede; internetin iletişim uzmanlarına sunduğu fırsatları ve onu geleneksel halkla ilişkiler ortamları ve kanallarından farklılaştıran en önemli özelliklerini ortaya koyan çalışmalar; (Aschroft 2001, Cooley 1999, Aydede 2001, Holtz 1999, Kohl 2000, Levine 2004’ten aktaran Yayınoglu vd., 2007: 134)

Kaynak ve zaman tasarrufu sağlaması, herhangi bir konuyla ilgili geniş detaylı bilgiye ulaşma imkanı vermesi, etkileşimli ortam sunarak hedef kamularla birebir ilişki kurma olanağı yaratması, grup iletişimi açısından ideal bir forum sağlaması, marka bağımlılığı yaratabilmesi, kişiye özel fırsatlar sunması, her tür araştırma için kolaylık sağlaması, iletişim etkinliklerini daha kısa sürede ölçümlenmeyi olanaklı kılması, verimliliği, üretimi ve gündem yönetimini geliştirmeye de yardımcı olan uygulamalarla olanak yarattığını, kurum ve kuruluşların iş görme biçimlerini büyük oranda değiştirdiğini vurgulamaktadır.

Günümüzde internetin sunduğu olanaklardan yararlanan birçok kurum, internet aracılığıyla geniş insan kitlelerine ulaşarak ürün ve hizmetlerini tanıtmakta, satış yapmakta, satış sonrası servis olanağı sunmaktadır (Peltekoğlu, 2007: 306). Özellikle çağımızın hızla değişen koşullarında, her türlü değişimden etkilenecek bu değişimlere uygun bir tavır alması gereken bir disiplin olarak halkla ilişkiler de internetin bu özelliklerinden faydalanmaktadır. Bu bağlamda gerek özel sektör, gerekse kamu kuruluşlarının “yönetim boyutunda çevreleri ile kurdukları ilişkiler açısından meydana gelen anlayış ve değişiklikler kurum ve kuruluşların gerekli düzenlemeleri yaparak kendilerini topluma tanıtmaya ve toplumu tanıma işlevlerini ön plana çıkartarak (Gürüz, 1995: 4)” halkla ilişkiler çalışmalarında stratejik amaçlarını gerçekleştirmede internet ve web ortamlarının sunduğu olanakları en etkin biçimde kullanmaları gerekmektedir.

Halkla ilişkiler uygulamalarında kullanılan araçların sayısı oldukça fazladır. Sayıca son derece çok olan bu araçlar kamu kurum ve kuruluşlarında da sıkça kullanılmaktadır. Geleneksel halkla ilişkiler araçlarının çoğu yıllardan beri önemini yitirmemiş, günümüzde de soruna ve ortama göre kullanılmakta; kurum ve kuruluşların yönetim hakkında yönetilenlere bilgi verilip, kuruluşun hizmetlerine ilişkin halkın ilgi ve dikkati çekilirken; kuruluşun çalışmaları hakkında halkın düşüncelerine ulaşabilmek ve halkı yönlendirme noktasında önemli katkılar sağlamaktadır.

Günümüz küreselleşen dünyasında “halkla ilişkiler uzmanları farklı hedef gruplara farklı araçlarla ulaşmanın bilincine varmışlardır. Teknoloji alanında yaşanan hızlı gelişmeler, geleneksel halkla ilişkiler araçlarının yanına yenilerini de eklemiştir. Bunlardan birisi de internet ve web siteleridir” (Okay ve Okay, 2005: 510). İnternet ve web ortamları sayesinde kurum ve kuruluşlar artık zaman ve mekan sınırlaması olmadan çeşitli hedef gruplarla, çok uygun maliyetlerle iletişim kurma imkanı elde etmiş; 7 gün 24 saat çalışan kuruluşlar haline gelmişlerdir. İnternet ve web ortamları birebir iletişim

imkanı sağlandığı için de geleneksel iletişim araçları karşısında da bireyi güçlendirmiştir ve geleneksel halkla ilişkiler anlayışı internetin katkısı ile yerini daha etkileşimli halkla ilişkiler anlayışına bırakmıştır. İnternet ve web ortamları, kurum içi iletişimin etkinleştirilmesinden, kurumun hedef gruplarıyla doğrudan bir iletişim içerisine girmesi ve aynı zamanda onlarla diyaloga girmek için ideal bir araç olması yelpazesine kadar uzanan fırsatlar sağlamaktadır. “İnternetin, özellikle kurumlar açısından değerlendirildiğinde; halkla ilişkiler çalışmalarında kesintisiz bir iletişim, anında müdahale olanağı, global bir iletişim ağı, hedef kitle hakkında bilgi edinme, çift yönlü iletişim kurma ve daha az maliyet yoluyla önemli avantajlar sağladığı bilinmektedir” (Ülger, 2003: 96). Toplumla, medyayla, kamuoyuyla internet kullanarak daha hızlı iletişim kurulabilmekte; kriz dönemlerinde de kurum ve kuruluşların kendilerini daha rahat ifade etmelerine, gerekli açıklamaları hedef kitlelerine hızla yapabilmelerine de olanak sağlanmaktadır. Bu çerçevede internet ve web ortamlarını yönetmek halkla ilişkilerin başarısını artıracaktır.

Gower ve Cho (2001: 87) çalışmalarında, internetin halkla ilişkiler uygulamacılarınca öncelikli olarak çalışmaya katılanların %92.6’sı medya ilişkilerinde kolaylıklar sağladığını, %84’ü halkla doğrudan iletişim kurma olanağı sağladığına değinmişlerdir. Araştırmanın verileri; halkla ilişkiler uygulamacılarının hedef grupları üzerindeki etkinliğini artırabilmek için internetin sağladığı olanaklardan faydalandığını; ve özellikle kamularına veri sağlayan medya ile ilişkilerin sürdürülmesinde sağladığı kolaylıklar ile aracı olmaksızın doğrudan iletişim kurmak için yararlandıklarını göstermiştir.

Günümüzde, “çift yönlü iletişimin zorunlu olduğu halkla ilişkiler alanında, bir yandan bilgi verirken bir yandan da toplumun algısını ölçme imkanı sunan internetin kullanımı vazgeçilmez olmuştur” (Uğur ve Uğur, 2013: 508).

“Halkla ilişkiler alanında internetten yararlanma biçimleri arasında kurumsal web siteleri, elektronik posta, intranet, ekstranet, online veri tabanları, blog, network, tartışma grupları ve chat yer almaktadır” (Bakan, 2008: 375).

Kuruluşun profilini sunan, ürün promosyonunu ve tanıtımını sağlayan web siteleri, günümüzde halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından yaratılan ve etkin kullanımı devam eden internet ortamlarından biridir. “İnternet ortamından faydalanarak ve buna dayalı web ortamı olarak özelleştirilen bir uygulamayla kendine ait bir dizi enformasyonu sağlayan kaynaklar olarak bilinen web siteleri” (Yayınoğlu vd., 2007: 135), günümüzde kuruluşların kendilerini tanıtmaya olanak sağlayan en güçlü araçlardan biridir. Sektöre ve ihtiyaçlara göre oluşturulma amaçları farklılık gösterse de iyi hazırlanmış bir kurumsal web sitesi her tür organizasyon için başarılı bir tanıtım yolu ve hedef kitlelerle iyi bir iletişim kurma aracıdır. Günümüzde, geleneksel iletişim araçlarından daha fazla tanıtım olanağı sağlayan, kuruluşların iletişim programlarının en ucuz ve en etkili elemanlarından biri olan web siteleri, hedef kamularla etkili ve verimli bir ilişki kurabilmek için kullanılan en önemli araçlardandır. “Web siteleri bir kurum veya kuruluşun kültürüne ve kimliğine uygun biçimde tasarlanan, istediği bilgileri hedef kitleleriyle paylaşabilme olanağı sunan online ortamlar olarak ifade edilebilir” (Peltekoğlu, 2007: 316). Web sitelerinin oluşturulması, kurum ve kuruluşların siteyi hangi amaçla kurduğuna ve neler beklediğine bağlı olarak değişiklik göstermektedir. Tanıtım amaçlı kurulan bir web sitesi

elektronik ortamda broşür olma işlevini yerine getirirken, hedef kitlelerle interaktif ilişki kurmak isteyen kuruluşlar; bu kitlelerden geribildirim almayı sağlayacak özellikleri içinde barındıracak şekilde web sitelerini yapılandırmaktadır. Web sitelerinden bilgi gönderiminin ne şekilde olması gerektiği hakkındaki düşünceler; teknolojinin değişimi ve kullanıcıların teknolojiye adapte olması sürecinde değişim göstermektedir. ‘‘Halkla ilişkiler araştırmacıları örgüt-kamu ilişkilerini geliştirmek için internet üzerinden iki yönlü iletişimin kullanılmasını önermektedir’’ (Taylor vd. 2001, Kim vd. 2010: 216’dan aktaran Tanyıldızı ve Karatepe, 2011: 524). Çünkü ‘‘web siteleri, iletişimde kullanılan pragmatik yönlerinin yanında, dijital iletişim, kuruluş ve paydaşlar arasında diyalogu arttırması nedeniyle, etkili bir halkla ilişkiler aracıdır (Searson ve Johnson, 2010: 121). Web siteleri aracılığıyla kullanıcıların kuruma soru sorması, istek, öneri ve şikayetlerini iletebilmeleri, diyaloglu iletişimin web tasarımında kullanılması halkla ilişkilerde internet kullanımına yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu çerçevede, ‘‘kurumların halkla ilişkiler uygulamalarında internet ve web ortamının, planlı ve etkili bir biçimde tasarlanması, kurumsal imajın yansıtılmasında ve çift yönlü iletişim kurulmasında kurumlara önemli katkılar sağlayacağı’’ (Özkanal, 2006: 256) bilinmektedir. Kent ve Taylor, web sitelerini halkla ilişkilerin mükemmel gereçleri olarak ele alır ve web’in halkla ilişkiler uygulamalarına hedef kitlelerle dinamik ve uzun süreli ilişkiler oluşturmada önemli fırsatlar sağladığını belirtir. Ancak bunu gerçekleştirebilmek için diyaloga dayalı araçların, web siteleri ve web’deki iletişimle bütünleştirilmesi gerektiğini savunur. Ancak, ‘‘halkla ilişkiler ve internet alanında yapılan araştırmalar sonucunda, internet ve web’in sadece tek yönlü bir iletişim aracı olarak kullanıldığı gözlenmekte ve halkla ilişkiler uygulayıcıları tarafından kullanılan bu yeni aracın şu anki görünümüyle temel amacı, kurum ile hedef kitleler arasında diyalog oluşturmaktan ziyade bilgi yaymak olarak belirtilmektedir’’ (Kent ve Taylor, 1998: 326). ‘‘Ancak amaç, bu aracın potansiyelinden ve teknolojik özelliğinden yararlanarak, tek yönlü iletişimi hedef kitleler ve kuruluşun yararına iki yönlü bir iletişim (etkileşimli iletişim) biçimine dönüştürmek ve kurum ve kuruluşlar ile hedef kitleleri arasında paylaşım, katılım, kontrol ve karşılıklı yarar sağlayan bir ortam oluşturmaktır’’ (Kent ve Taylor, 1998: 326). Bu bağlamda,

Halkla ilişkiler çalışmalarının bir parçası ve aracı olarak web sitesi tasarımında ve uygulamalarında iki temel biçim oluştuğu görülmektedir. Birincisi, web sitesinin bilgi verme aracı olarak görülmesi ve buna uygun biçimde tasarlanmasıdır. Diğeri ise kuruluş ve hedef kitleleri arasındaki ilişki düzeyini geliştiren karşılıklı etkiye açık bir yapıda tasarlanmasıdır. Birinci biçimde etkileşim düzeyi oldukça düşüktür, tek yönlü aktarıma odaklanmıştır, asıl amaç kurumsal enformasyonun yayılması ve kullanıcıların gözündeki imajın geliştirilmesidir. İkinci biçimde ise etkileşim derecesi yüksektir, iki yönlü iletişim akışına odaklanır ve böylece gerçek iletişimin kolaylaştırılmasını amaçlar, etkileşim ve diyalog yoluyla taraflar arasındaki ilişkiyi oluşturmak ve geliştirmek istenir (Capriotti ve Moreno, 2007: 85).

Bu çerçevede, ‘‘kurumsal web siteleri gerek tek yönlü (statik bir yapıda olmasa bile) gerekse iki yönlü (etkileşimli) işletebilmektedir. Kotler ve Lee’nin ifade ettiğii gibi bir web sitesi hem iletişim kanalı (dolayısıyla en azından enformasyon sağlayan bir kaynak) olabilmekte, hem de kamu kuruluşlarının hizmet ve işlemlerinin vatandaşla ulaştırıldığı dağıtım kanalı olabilmektedir’’ (Kotler ve Lee, 2007’den aktaran Yayınoglu vd., 2007: 143) ve ‘dağıtım kanalı’ rolünü üstlenen internet ve web ortamlarının kamu kuruluşlarının hizmetlerini verimli ve etkili hale getirmesindeki önemini ön plana çıkaran bu yaklaşım da kendine bir yer bulmuştur.

Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında Web Sitelerinin Kullanımı

Günümüzde “vatandaşların başta devlet olmak üzere kamu kurum ve idarelerinden beklentileri çok yönlü olarak sayı ve tür olarak artmış, çok daha nitelikli hale gelmiştir (Mecek, 2017: 1816). Bu bağlamda kamu hizmetlerinin sunumunda artık klasik kamu hizmet sunumu anlayışı yerine “kaynak tasarrufu sağlamak, çok daha etkin, verimli, şeffaf, hukuka uygun, kesintisiz, demokratik ve katılımlı bir kamu hizmeti sunumu” gerçekleştirebilmek için kamu kurum ve idareleri de elektronik hizmet (e-hizmet) uygulamalarını hayata geçirmiş ve geçirmektedir. Halkın en çok ilişkide bulunduğu belediyeler de bu çerçevede, “tanıtım, ilke ve hizmetlerini elektronik ortama yansıtacakları e-belediyecilik uygulamalarından” (Özüpek, 201 : 200) yararlanmaktadır “Temel olarak kamu bilgi ve hizmetlerine erişimin ve bu bilgi ve hizmetlerin dağıtımının enformasyon teknolojileri ve özellikle internet yoluyla yapıldığı” (Şat, 2008: 57) bir idari yapıyı temsil eden, bu anlamda yönetenlerle yönetilenler arasındaki her türlü ödev ve yükümlülüklerin karşılıklı olarak ‘dijital ortamda’ sürekli ve güvenli bir biçimde gerçekleştirilmesine olanak tanıyan e-devlet yapılanmasının önemli bir parçasını oluşturan e-belediyecilik uygulamaları çerçevesinde vatandaşlar web sitelerinden; belediye hizmetleri hakkında bilgi alabilmekte, online işlem yapabilmekte, işlemler için gerekli formlara online olarak erişim sağlayabilmekte, e-posta ile bilgi gönderimi yapabilmekte, online olarak şikayet, istek, öneri ve görüşlerini bildirebilmektedirler. Bu özellikler, kurumsal web sitelerinin tek yönlü ve bilgilendirme amaçlı kullanımdan, çift yönlü iletişim ortamına geçmesinde önemli katkılar sağlamaktadır. Bu kapsamda, diğer uygulamaların yanında, belediyelerde web sitesi kullanımı, halkla ilişkilerin temel hedeflerine giden yolla paralellik gösteren stratejik bir araç ve iş üretme ve etkileşiminde bulunma zemini olarak ilk sırada yerini almıştır. Bu bağlamda halkla ilişkiler bakış açısıyla e-belediye uygulamaları; “belediye hizmetlerinin şeffaflaştırılması, zamandan tasarruf, vatandaş ve belediye arasındaki güven ortamının sağlanması, yerel hizmetlerle ilgili doğru bilgiye ulaşma, hizmet memnuniyetinin artması, hizmetlerin hızlı ve etkin sunulması, hayat kalitesinin artırılması, maliyetlerin düşürülmesi, karar almada kolaylık ve tek portaldan kamu hizmetlerine rahat erişime katkı” (Acılar, 2015: 133) sağlayacaktır. Bu noktada, belediyenin başarısı için, saydam, kullanımı kolay, hizmetlerin etkin bir şekilde sunulduğu güvenli bir ağ sayfası hayati önemdedir. Yapılan bir araştırmaya göre internetteki trafiğin %75’i web sitesi ziyaretlerini içermektedir (Küçüksaraç, 2008).

Belediyeler, kurumsal web sitelerini oluşturarak, hem kendi tanıtımını doğrudan yapma olanağı bulabilmekte ve bu sayede hedef kitlelerin farkındalık ve anlayışını arttırarak şeffaf bir bürokrasi davranışı sergileyebilmekte, siyasal oy kapasitelerini yükseltebilmekte; hem de hedef kitlesi ile ilgili bilgilere daha hızlı, kolay ve ekonomik ulaşarak, yönetsel karar alma mekanizması içinde yer alan halkla ilişkiler faaliyetleri için gerekli olan tanıma işlevini gerçekleştirebilmektedir. Çünkü bu konuda üretilecek siyasaların bu verilere göre belirlenmesi, belediyelerin başarısını belirleyecektir.

Günümüzde yaşanan toplumsal değişim demokrasinin işlerlik kazandığı alanlar olarak vatandaşın yönetime en yakın olduğu belediyeleri de değişime zorlamaktadır. Bu çerçevede belediyeler aracılığıyla karar alma süreçlerine halk katılımının sağlanması da demokrasi kültürünün yurttaşta yerleşmesi ve yurttaşlık bilincinin gelişmesi açısından

çok önemlidir. Bu açıdan bakıldığında belediyeler, bilgisayar başında çoğu hizmetin ulaşımına olanak sağlayan e-belediye uygulamaları, elektronik ortam aracılığı ile demokratik etkileşim sürecine de katkı koymaktadır.

Günümüz dinamik ortamında halkla ilişkiler çalışmaları açısından yeni ve önemli bir iletişim aracı olan internet ve web ortamları, ülke yönetimindeki yeri ve önemi giderek artan yerel yönetimlerin de sağlıklı işleyebilmesi için çok yönlü hizmet verme gereksinimleri doğrultusunda yeni ufuklar açan ve problemlere uygun çözümler sunabilmesi açısından çok önemli bir konumdadır.

“Toplumsal hayatın gelişmesine ve insanların temel ihtiyaçlarının artmasına paralel olarak belediyelerin görev alanları da genişlemiş, sundukları hizmetler farklı nitelikler kazanmış ve daha geniş alanlara yönelmiştir” (Sezgin, 2011: 103). Bu değişimlerle bağlantılı olarak örgüt yapıları da giderek büyümüş ve karmaşıklaşmıştır. Bu noktada halkın belediye yönetimine nüfuz etmesi, onu yakından izlemesi ve denetlemesi de gerekli olmuştur. Bu çerçevede belediyelerde de, günümüz karmaşık toplum yapısı içinde halkla ilişkiler amaçlarının yüzyüze ve doğrudan doğruya gerçekleştirilmesi çok zor görüldüğünden, internet teknolojilerinden yararlanarak amaçların etkin ve verimli bir şekilde gerçekleştirilmesi oldukça önemli bir noktaya oturmuştur.

21. yüzyıl demokrasi anlayışı, vatandaşların sadece seçimlerde değil, kamu faaliyetlerinin tüm aşamalarında da katılımı gerekli kılmaktadır. Varlıklarının gerekçesi halka hizmet götürmek olan belediyelerin başarısı, halkın yardımını ve katkısını sağlayabildiği alanda ve oranda atracaktır. Bu çerçevede belediyelerin halkın yardımını ve katkısını sağlayabilmesi için halkının “bilgi edinme hakkını ve ihtiyaçlarını karşılamada iletişim tekniklerinin kullanılarak sağlıklı iletişim kurulması, halkın aydınlatılması, çalışmaların benimsetilmesi, yönetime karşı olumlu davranışlar yaratılması, başvurunun kolaylaştırılması, halka gerektiğinde bilgi verilmesi, kararların yerindeliğini ve yararlılığını arttırmak için halktan bilgi alınması, halkın istek ve ihtiyaç, yakınma ve tepkilerinin öğrenilmesi gerekmektedir”(Sezgin, 2011: 96).

Web sitelerinin haftanın 7 gün 24 saati erişilebilir olması, vatandaşın bilgiye erişimini hızlı ve kolay hale getirmiş, kurumun hedef kitlesi için bilgi kullanımı, güven, hizmet sağlanması, verimlilik ve kaynakların planlanması yönünden çok çeşitli olanak ve avantajlar sağlamıştır. Web siteleri aracılığıyla belediyeler tüm yazılı iletişim uygulamalarını kurumsal web sitelerine taşıyabilmekte, kurumsal video film yayınlatabilmektedir. Vatandaşın her an her sıkıntısını en yetkili makama ulaştırma olanağıyla karşılıklı iletişim ortamı sağlanarak anında geri bildirim alınmasına da olanak sağlanmaktadır.

Dünyada bir çok vatandaş pek çok farklı ihtiyaç ve amaçlar için devlet kurumlarının web sitelerini ziyaret etmektedirler. “2003 yılında ABD’de yapılan bir araştırmaya göre, araştırmaya katılan vatandaşların %59’u her gün bir yerel yönetim web sitesine çeşitli ihtiyaçları ve sorunlarına çözüm aramak için girdiklerini söylemişlerdir” (Hart-Teeter 2003’den aktaran Yayınoğlu vd., 2007: 137).

Belediyelerde web sitesi ile sunulan olanaklar; “belediyelerin imajını geliştirme

fırsatı, halkın görüşlerini toplamada ve ayırtırmada kolaylık, yerel yönetimlerin politikalarına halkın gereksinimlerini ve görüşlerini yansıtmaya zemini, yerel yönetimlerin sosyal sorumluluklarını uygulayabilme olanağı, halkın yönetimin karar alma sürecine katılımını kolaylaştırma ve tutanaklara erişimi sağlama, halkın; yerel yönetimlerin yönetsel yapısı, birimleri, işlemleri, görevlileri ve muhatap alınacak kişiler konusunda bilgilendirilmesi”(Şat, 2008: 57) şeklinde sıralanabilir.

Belediyelerin web siteleri ile yapabilecekleri halkla ilişkiler faaliyetlerini Aksoy da şöyle sıralamıştır (2006: 59):

Araştırma: Hedef kitleleri hakkında detaylı bilgi elde etme ve istedikleri bilgileri onlara sağlama.

Bilgi Sunma: Haber bültenleri, raporlar, konuşmalar, broşür metinleri, kurumsal reklamlar, makaleler, hizmet bilgileri gibi hedef kitlenin ilgisini çekebilecek verilere yer verebilme.

Kurum İçi Haberleşme ve İtranet: Kurum içinde yapılan yazışmaları intranet ortamında yaparak zaman ve kaynak tasarrufu yapabilmekte, ayrıca personel bilgilerini güncel tutma, personele özel sayfalar ile kurumsal kimlik edindirme ve iş tatmini sağlayabilme.

Elektronik Uygulamalar: Vergi ödeme, kurum işleyişi (hizmet sunma yöntemleri) ile ilgili bilgiler, anketler ve kamuoyu araştırmaları yapabilmekte.

Bire Bir İletişim: Yerel internet kullanıcılarına gönderilen alınan elektronik mektuplar ve dosya transferleriyle faaliyetler hakkında bire bir iletişim olanağı.

Link Verme: İnternet sayfalarında çok kullanılan, konu ile ilgili, faydalı diğer internet sayfalarına link verme ya da bu sayfalardan link alma yoluyla daha çok kullanıcının dikkatini çekebilme.

Sponsorluk: Kullanıcı kitlesinin çeşitliliğine göre çok kullanılan haber, görüntü vb. sitelere, kampanyalara, kitap, film ya da sempozyumlara sponsor olarak hedef kitlenin beğenisi kazanılabilme.

Belediye Halkla İlişkilerinde Web Sitelerinin Kullanım Alanları: Tanıma-Tanıtma

Günümüzde belediyelerin etkin bir halkla ilişkiler çalışması gerçekleştirebilmesi, çağın gerektirdiği araç, gereç ve donanımlara sahip olmasından geçmektedir. Halkı tanımak ve belediyeyi tanıtmak gibi iki boyutlu bir iletişim sürecine işaret eden halkla ilişkiler sürecinde belde halkı ile en etkili şekilde iletişim kurulabilmesi için kullanılacak araçların seçiminin iyi yapılması gerekmektedir. Bu çerçevede geleneksel iletişim araçlarının yanında, enformasyon ve iletişim teknolojilerinin yaşandığı günümüzde, internet uygulamalarından faydalanılması ön plana çıkmış; bu uygulamalar sayesinde belediyeler pek çok farklı paydaşla enformasyon paylaşımı ve etkileşim olanağı bulmuştur. İnternet zemininde önemli bir kurumsal iletişim kanalı olarak kullanılan web siteleri de, kamusal nitelikte hizmetler veren belediyelerin halkla ilişkiler amaçlı faaliyetlerini planlamada, gerçekleştirmede ve duyurmada önemli bir mecra özelliği taşımaktadır. Kurumsal web

siteleri diğer kullanım amaçlarının yanında halkla ilişkiler amaçlı olarak ‘medyaya bilgi vermek, hedef kitle ile güncel iletişim kurmak, farklı hedef kitlelerle ilgili veriler elde etmek, kurumsal imaj oluşturmak, geliştirmek ve mevcut imajı korumak, kurumsal kimlik oluşturmak ve geliştirmek, personelle iletişim kurmak, uluslararası piyasalarda yer edinmek, internet kullanıcılarına erişmek, diğer halkla ilişkiler amaçlarına ulaşmak’ (Okay ve Okay, 2005: 511) için kullanılmaktadır ve geleneksel halkla ilişkiler ortam ve araçlarına alternatif oluşturduğu kadar, bu ortamların etkisini destekleyen ve arttıran bir özellik taşıdığı da görülmektedir.

Halkın İsteklerini ve Beklentilerini Öğrenme: Tanıma

Belediyelerin kurumsal web sitelerini kullanarak hedef gruplarını tanımaya yönelik yapacağı faaliyetlerde; ‘elektronik posta, şikayet ve istek hattı, bilgi edinme, anket, formlar, ziyaretçi sayacı gibi birçok araçlar kullanılmaktadır Özellikle kuruluşta çalışanların kendi adlarına bulunduğu e-posta, yoğun olarak başvuru alan tanımaya yönelik internet aracıdır’ (Çakmak, 2008: 34). Halkla ilişkilerin tamamlayıcı bir parçası olarak görülen e-postayı, ‘halkla ilişkiler uygulayıcılarının hedef kitlelerle stratejik olarak ilişki kurmada temel bir araç olarak kullandıkları ortaya konulmuştur’ (Duke, 2002: 321).

Tarhan (2007) çalışmasında; kurumsal web siteleri kullanarak halkın isteklerini ve beklentilerini öğrenme ya da tanımaya yönelik olarak belediyelerin yapacağı faaliyetlerde; yazılı ve sözlü olarak halkın istek, şikayet ve beklentilerinin alınabileceği, belediye erişimini sağlayacak telefon, faks numaraları ve e-posta adresleri kullanımı, özel numaralarla halka 7 gün 24 saat hizmet veren danışma merkezleri telefon numaraları ve e-posta bilgileri, bilgi edinme yasası çerçevesinde, halkın taleplerinin de belirlenmesi için, belediyenin herhangi bir uygulaması ya da mevcut birimleri hakkında bilgi edinme, web sitelerinde yer alan ve sonuçlarının halkla da paylaşıldığı, belediyenin herhangi bir uygulamasının halkta gösterdiği tepki veya yapılacak bir uygulamanın halk tarafından benimsenip benimsenmediği konularının ölçülebilmesini olanaklı kılan anket, başkana mesaj gibi bir çok aracın kullanıldığını belirtmektedir.

Halkı Yapılan Faaliyetler Hakkında Bilgilendirme: Tanıtma

Belediyelerin kurumsal web sitelerini kullanarak yapacağı tanıtma faaliyetlerinde, ‘kuruluşun tarihçesi, kurucu ve yöneticileri, vizyon ve misyonu, amaçları, müşterileri, yapmış olduğu etkinlikler ve planladığı projeler hakkında ayrıntılı bilgiler sunabilmektedir’ (Okay ve Pelenk, 2006: 377).

Tarhan (2007) çalışmasında; kurumsal web siteleri kullanarak halkı yapılan faaliyetler hakkında bilgilendirme ya da tanıtmaya yönelik, olarak belediyelerin yapacağı faaliyetlerde; belediyede mevcut birimler ve bunların yöneticilerine dair kısa bilgiler, özgeçmişleri ve birimlerinin yetki ve sorumlulukları ile ilgili bilgilerin sunulmasını içeren belediye yönetimine ilişkin tanıtım, halka yönelik olarak yapılan ve yapılacak çalışmaların, halk katılımını sağlamaya da yönelik olarak yapılan duyuruları içerecek yapılan hizmetlerin duyurulması, belediyenin halka yönelik olarak gerçekleştirdiği ve halkın katılımını sağlamak amacıyla bilgi verdiği sanatsal ve sosyal aktiviteleri içeren sosyal ve kültürel etkinlikler hakkında bilgiler, hesap verebilirlik ve şeffaflık kriterleri

gereğince belediye meclisinin toplantı zamanları ve bu toplantılarda alınan kararların ilanlarını içeren belediye meclisi kararları, belediyeden hizmet alan vatandaşların karşılaştığı sorunların çözümü için hangi birimlere nasıl başvurabileceğine dair bilgileri (teşkilat şeması, telefon ve faks numarası, e-posta bilgileri) içerecek belediye bünyesindeki müdürlüklerin işleviyle ilgili tanıtımlar ve erişim olanakları, belediyenin kurumsal yapısı, kimliği ve buna yönelik çalışmalarıyla birlikte, çalışanlarıyla ilgili aktivite ile gelişmeleri içeren belediye ile ilgili kurumsal haberler, belediyenin bulunduğu çevre, il ve ülke ile ilgili tarihi, turistik ve kültürel bilgileri içeren belediyenin bulunduğu il ve kültürel ya da turistik değerleriyle ilgili temel bilgiler, belediye başkanının özgeçmişi, iletişim bilgileri, çeşitli etkinliklerde vatandaşlarla çekilmiş fotoğraflarını içeren bir çok bilginin sunulabildiğini belirtmektedir.

Belediyelerde halkla ilişkiler amaçlı kurumsal web sitelerinin kullanımına ilişkin literatürde yer alan bazı araştırmalar ve bulguları incelendiği zaman; Tarhan'ın (2007) çalışmasında, incelenen belediye web sayfaları biçimsel olarak ve tanıma-tanıtma ekseninde içerik analiziyle değerlendirilmiş ve web sayfalarının tanıtma açısından yeterli olmasına karşın, tanıtma çalışmalarında bazı eksiklikler olduğu bulgusuna ulaşmıştır. Özüpek (2010) de çalışmasında, belediye web sitelerinde tanıma ve tanıtma bakımından ciddi eksiklikler olduğunu ve tanıma faaliyetlerinin yeterince yapılmadığı sonucuna varmıştır. Tanyıldızı ve Karatepe (2011) çalışmalarında, incelenen belediye web sitelerinde tanıma ve tanıtma konusundaki web hizmetlerini genel olarak yeterli bulmakla birlikte, halkla ilişkiler açısından bazı olumsuzlukları olduğunu da bulgulamıştır. Şenyurt (2016) çalışmasında, incelenen belediye web sayfalarını daha çok tanıtma amaçlı kullandığı ve belediyelerin kurumsal sosyal medya hesaplarından daha çok kamuoyu bilgilendirme modeli çerçevesinde tek yönlü olarak yararlandığını belirlemiştir.

Halkla İlişkiler Aracı Olarak Bir Web Sitesinin Unsurları

Günümüzde kamu kurum ve kuruluşlarının da hedef kitleleri ile iletişimde internetin etkileşimli potansiyelini stratejik olarak kullanması bir gereklilik haline dönüşmüştür. Belediye halkla ilişkilerinde tanıma ve tanıtma işlevinin gerçekleştirildiği önemli bir mecra olan kurumsal web sitesi oluşturmak ve bu siteyi halkla ilişkiler aracı olarak etkili bir biçimde kullanabilmek için sitenin çeşitli unsurlara sahip olması gerekmektedir. Bu çerçevede, bir web sitesinin nasıl olması gerektiği ve hangi türden enformasyonu barındırması gerektiği konusu sektöre ve ihtiyaçlara göre farklılık gösterse de hangi temel öğeleri barındıracağına ilişkin literatürde yer alan ortak görüşlere bakıldığı zaman içerik, tasarım, erişilebilirlik ve dolaşım ana unsurlarının ön plana çıktığı görülmektedir. Bu çerçevede, yapılan araştırmalara göre (Levine, 2000) kurumsal web siteleri; görsel açıdan çekici, kullanılması kolay, eğlenceli, ilgi çekici, kısa sürede indirilebilir, tüm hedef kitlelerin bekledikleri enformasyonu sağlayan, etkileşim yaratan, sık güncellenen özellikleri taşımalıdır. Dünyada yapılmış en kapsamlı e-belediyecilik araştırmasının web sitesi değerlendirme kriterlerine göre (New Jersey State University & Sungkunkwan University, 2003) ise; güvenlik ve gizlilik, kullanılabilirlik, içerik, hizmetler, vatandaş katılımı unsurları ön plana çıkmaktadır. Moon (2002), e-devlet uygulama modellerini kategorize etmek amacıyla kamu devlet kurumları için web sitesi değerlendirme kriterlerini; enformasyon dağılımı, çift yönlü iletişim, hizmetler, bütünleşme ve siyasi

katılım şeklinde ortaya koymuştur. Tarhan (2007) çalışmasında, kurum/ kuruluşların hedef kitleleri kamuları ile iletişimde web sitelerini halkla ilişkiler aracı olarak kullanabilmek için ideal web sitesinin sahip olması gereken unsurları aşağıdaki gibi sıralamaktadır:

- Web sitesine erişim kolay olmalı, örneğin en fazla sekiz saniyede açılabilmesi.

Web sitelerinin açılma hızı sitenin ilk izlenimi açısından önemlidir. Açılma süresinin kısa olması için ana sayfada yer alan metin ve grafik sayısı çok fazla olmamalıdır. Aksi durumda hedef gruplar sıkılarak başka sayfalara yönelebilmektedirler. Ayrıca arama motorlarına kayıt ve arananlar listesinin ön sıralarında yer almak da son derece önemlidir.

- Web sitesi işlevsel kullanılabilmesi, dizaynında denge sağlanmalı, örneğin çok fazla metin ağırlıklı olmamalı.

Web sitelerinde yer verilecek metin ve grafiklerin dengesinin iyi kurulması gerekmektedir. Aksi durumda birinci madde ile bağlantılı olarak hedef gruplar sıkılarak başka sayfalara yönelebilecektir. Ayrıca tasarımlarda kullanılacak standart dışı renkler mesajların okunmasını zorlaştırabileceği ve sayfanın yüklenme süresini yavaşlatacağından, standart renklerle metin ve grafik dengesi sağlanarak web sitelerinin tasarlanması gereklidir.

- Web sitesinde hedef kitlenin ilgili sayfaya girebilmesi için gereksiz soru formlarını içeren engeller konulmamalı.

Bazı web sitelerinde kullanıcıların girişini mümkün kılan bir takım sorular sorulabilmektedir. Bu sorular kuruluşun faaliyet alanıyla ilgili görüşler olabileceği gibi, internet kullanıcısının bir takım demografik özelliklerini sorgulayan bilgiler de olabilmektedir. Bu sorular kullanıcılar açısından sıkıcı ve güvensiz olarak değerlendirilip; web sayfasından ayrılmalarına neden olabilmektedir.

- Web sitesi sürekli güncellenmelidir.

Sürekli güncel bilgiler sunan web siteleri, basın tarafından takip edilip haber olarak çeşitli yayın organlarında yer alabilecektir. Ayrıca kuruluşla ilgili güncel bilgileri takip etmek isteyen diğer hedef gruplar için de güncel veriler sunan web sayfası tercih edilecektir.

- Web sitesinden insanların yükleme yapabileceği bir şeyler sunulmalıdır.

Kullanıcılara ziyaret ettikleri web sitesinden yükleme yapabileceği bir şeylerin sunulması o web sitesinde daha fazla zaman geçirmelerini sağlayabileceği gibi, yükleme yaptıkları şeyi bir başkasıyla paylaşan kullanıcı tarafından ziyaret edilen web sitesinin dolaylı reklamı yapılmış olacak ve başka kullanıcılarca da web sitesi ziyaret edilecektir.

- Web sitesindeki tüm linkler çalışmalı.

Kullanıcılar için web sitelerinde yer alan linklerin çalışıyor olması çok önemli bir başka özelliktir. Kullanıcı istediği herhangi bir veriye link çalışmadığı için ulaşamıyorsa ilgili bilgiye erişebilmek için bir başka siteye bağlanacak ve linki çalışmayan web sitesini terk edecektir. Ayrıca linklerin çalışmaması teknik yönden yetkin olunmadığı gibi bir

izlenim de doğurabileceğinden kurumla ilgili olumsuz bir imaj olarak zihinlerde yer alabilir.

- Web sitesinde geribildirim alma imkanını sağlayan (e-posta adresi v.b.) araçlar yer almalı.

Yapılan tüm çalışmaların hitap edilen hedef gruptaki etkisinin belirlenmesi açısından interaktivite özelliği çok önemlidir. Bu nedenle mesajın sunulduğu hedef grupların tepkisinin ölçülebildiği geribildirim imkanı sağlayan araçlar yer almalıdır.

- Web sitesinde erişim bilgileri mutlaka olmalı.

İnternet tek başına e-posta gibi tek bir geribildirim unsuru ile sınırlı düşünülemez. Diğer geribildirim olanaklarını da harekete geçiren bir araç olarak işlev görmesi kurum adına büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle kuruma hedef grupların erişimini sağlayacak diğer bilgiler (telefon, faks numaraları, adres v.b.) mutlaka yer almalıdır. Ziyaretçilerin web site aracılığıyla kurum kuruluşla bağlantılı iletişim kurabilmesini sağlamak gerekmektedir.

Ayrıca günümüzde kullanılan birçok online uygulamada yaşanan güvenlik sorunları da düşünülerek; güvenlik ve gizliliğin esas alındığı ‘kurumsal web sitelerinin görüntülenene ara yüzünün menü ve erişim yapısının kullanımı kolay, bilgiye en kısa yolla ulaşılabilecek erişim olanağına sahip, işlevsel ve hızlı bir yapıda oluşturulması başarılı bir kurumsal web sayfasının özellikleri arasındadır’ (Peltekoğlu, 2007: 325).

KKTC Belediyeleri Web Siteleri Üzerine Bir Analiz

Yöntem

Bu araştırma, günümüzde yerel yönetim kuruluşlarının en önemlisi sayılan belediyelerin, oluşturdukları kurumsal web sitelerinden halkla ilişkiler amaçlı olarak ne derece yararlandıklarını ortaya koymak, web sitelerinin hangi işlevleri yerine getirdiği, halkla ilişkiler amaçlı olarak web sitesinde neler paylaşıldığı ve işlevsel açıdan nasıl bir yapıya sahip olduğunu ortaya koymak amacıyla; KKTC’de örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan belediyelerin web sitelerine erişilebilirlik, web sitelerinin genel görünümü ve kullanım kolaylığı gibi biçimsel özellikleri ile halkla ilişkiler faaliyetlerinde halkı tanıma ve belediyeyi tanıtmada web sitelerinden bir halkla ilişkiler aracı olarak nasıl yararlandıkları, bu araçları etkin bir biçimde kullanıp kullanmadıklarının belirlenmesi ve analizini kapsamaktadır. Araştırmada nitel araştırma yöntemlerinden biri olan içerik analizi tekniği kullanılmıştır. “İçerik analizi iletişimin yazılı, açık içeriğinin nesnel, sistematik ve nicel tanımlarını yapan bir araştırma tekniğidir” (Berelson, 1971: 18). “Web ortamlarının, içerik analizi açısından, aşılması güç bir takım zorlukları içinde barındırdığını” (Başfıncı, 2008: 52) savunan çalışmalar olmakla birlikte, web sitesi incelenmesine ilişkin ulaşılabilen çalışmalara bakıldığında çoğunda içerik analizi veya anket tekniği kullanıldığı görülmektedir. Web sitelerinin özelliklerini halkla ilişkiler açısından inceleyen çalışmalarda ise yöntem olarak daha çok içerik analizi (Tarhan 2007, Öztürk ve Ayman 2007, Aktel 2009, Searson ve Johnson 2010, Kim vd. 2010)

kullanılmaktadır. Yapılan içerik analizi çerçevesinde; araştırmanın evrenini KKTC’de yer alan belediyelerin web siteleri oluşturmaktadır. Örneklem olarak da KKTC’de yer alan ve örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan; LTB, Gazimağusa, Girne, Dikmen ve İskele Belediyeleri seçilmiştir. Örgütlenme yapıları içinde halkla ilişkiler birimi bulunmayan diğer KKTC belediyelerine örneklem içinde yer verilmemiştir. Seçilen belediyelerin kurumsal web sitelerinin halkla ilişkiler bakımından analiziyle sınırlı olan, bu çalışmada, analiz edilen belediyelerin web sitelerinin arasında bir karşılaştırma da yapıldığından, verilerin güvenilirliği açısından belirlenen web sitelerine aynı tarih ve aynı zamanda girilmiştir. Bu çerçevede, web sitelerinin ana sayfaları Şubat 2020 ve Mart 2020’de on beşer günlük iki ayrı periyodla incelenmiştir. İçerik analizi yapılmadan önce bir kodlama cetveli oluşturulmuştur. Bu cetvelin oluşturulmasında temel olarak Tarhan’ın (2007) tarihli çalışmasından yararlanılmıştır. Çalışmanın güvenilirliğini arttırmak amacıyla daha önce kullanılan, güvenilirliği test edilmiş kodlama cetveli örneklem içinde yer alan belediyelerin web sitelerine uyarlanmıştır. Uyarlama yapılırken cümlelerin anlamları değiştirilmemiştir. Kodlama cetvelinin birinci kısmı siteye erişilebilirlik, genel görünüş ve kullanım kolaylığı başlıklarını içermektedir. Bu kısımda web siteleri biçimsel nitelikleriyle değerlendirilmiştir. Kodlama cetvelinin ikinci kısmında ise; belediyelerin web sitelerinde tanıma ve tanıtma faaliyetlerini hangi başlıklar altında ve ne kadar etkin bir şekilde kullandıkları sorgulanmıştır. Web siteleri, araştırma bulguları ve analizi başlığı altında yer alan tablolarda yer verildiği şekliyle; belirlenen ana ve alt kategorilere göre analiz edilmiştir. Böylelikle, çalışmanın temel amaçlarından; web sitelerinin biçimsel çözümlenmesi ve web sitelerinden halkla ilişkiler bağlamında nasıl yararlandıklarının tespitinin yapılması sağlanmıştır. Örneklem içinde yer alan belediye web sitelerinin ana sayfaları üzerinden gerçekleştirilen karşılaştırmalı analiz sonrası elde edilen bulgular tablolaştırılmış ve değerlendirmeleri yapılmıştır. Analiz ve bulgular kısmında yapılan değerlendirmeler, niteliksel verilere dayalı betimleyeci ifadeler olarak yer almıştır.

Araştırmaya konu olan belediyelerin geleneksel yöntemlerle yürütülen halkı tanıma ve tanıtma faaliyetlerinin yanında, web sitelerinden de halkla ilişkiler faaliyetleri bağlamında destek aldıkları görülmektedir. İncelenen belediye web sitelerinin durumunu belirlemek, web sitelerinin sağladığı olanaklar çerçevesinde yeterince kullanılmayan alanlarını tespit ederek eksikliklerin giderilmesine katkı sağlayarak daha etkin kullanımını sağlamak, belediyelerin yapmış olduğu faaliyetleri etkin bir biçimde halka duyurmalarında kontrol edilebilen bir enformasyon aracı olarak daha işlevsel kullanımını sağlamak, halkın istek, beklenti ve şikayetlerini belirlemede web sitelerinden etkin bir şekilde yararlanmalarını sağlamak amacıyla yapılan bu çalışma ile elde edilen veriler; KKTC’de alandaki araştırmaların yetersizliği nedeniyle literatüre katkı koymak, yerel halkın istek ve ihtiyaçlarını en etkin biçimde karşılamakla yükümlü olan, halka en yakın kamu yönetimi birimleri olarak belediyelerin elektronik ortamı en hızlı ve etkin biçimde kullanarak e-belediyeciliğe geçmelerinin hem yönetim hem de vatandaş açısından olumlu sonuçlar getireceğinden hareketle, halkla ilişkilerde tanıma ve tanıtma aracı olarak kullanılan kurumsal web sitelerinden yararlanma bilinç düzeyinin artırılması yönünde farkındalık oluşturularak KKTC’de e-belediyecilik çalışmalarına katkı koymak anlamında önemlidir.

İncelenen 6 belediyenin web adresleri www.lefkosabelediyesi.org, www.gazimagusabelediyesi.org, www.girnebelediyesi.com, www.gonyeli.org, www.iskelebelediyesi.com şeklindedir. İncelenen web sitelerinin ana sayfaları kavramsal bölümde yer alan ‘belediye halkla ilişkilerinde web sitelerinin kullanım alanları: tanıma-tanıtma’ başlığı altında yer alan yöntemler ve ‘halkla ilişkiler aracı olarak web sitesinin unsurları’ ölçüt alınarak analiz edilmiş; web sitelerinin genel görünüşü, kullanım kolaylığı bakımından hangi özellikleri taşıdığı, belediyelerin kurumsal web sitelerinden halkla ilişkiler bağlamında halkı tanımak ve belediyeyi tanıtmak faaliyetlerinde nasıl yararlandıkları araştırma sorularını oluşturmuştur.

Araştırmanın Bulguları ve Analizi

Bu kısımda, araştırmaya konu olan KKTC belediyelerinin web sitelerine uygulanan içerik analizi sonrasında, biçimsel özellikleri ve web sitelerinde yer alan tanıma ve tanıtmaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri; Tarhan’ın (2007) tarihli çalışması temel alınarak ve literatürden yararlanarak ortaya konan ve bunlar arasından konu sınırları çerçevesinde seçilen ölçütler (Tanyıldızı ve Karatepe, 2011: 529-530) ele alınarak incelenmiş, çeşitli verilere ulaşılmıştır. KKTC’de yer alan ve örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan 6 belediyenin web sitelerinin incelenmesinden sonra elde edilen veriler ayrı başlıklar halinde aktarılarak tablolaştırılmış, değerlendirmeleri yapılmıştır.

Tablo 1. Belediyelerin Web Sitelerine Erişim İle İlgili Biçimsel Analiz Verileri

SİTEYE ERİŞİM	Lefkoşa Türk Belediyesi	Gazimağusa Belediyesi	Girne Belediyesi	Gönyeli Belediyesi	Dikmen Belediyesi	İskele Belediyesi
Google arama motoruna yazıldığında site bulunabiliyor mu?	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet	Evet
Google arama motorunda arandığında site kaçınıcı sırada yer alıyor?	1.sırada	1.sırada	1.sırada	1.sırada	1.sırada	1.sırada
Sitenin yüklenme süresi ne kadardır?	10 saniyeden az	10 saniyeden az	10 saniyeden az	10 saniyeden az	10 saniyeden az	10 saniyeden az

Araştırmaya konu olan belediye web siteleri, siteye erişim rahatlığı açısından incelendiğinde genel olarak erişimin hızlı olduğunu söylemek mümkündür ve en çok kullanılan arama motorlarından olan google arama motorunda hemen bulunabilmektedir. Web sitelerinin tümü, google arama motorunda arandığında 1. sırada yer almaktadır. Sitelerin yüklenme süreleri (bir web sitesinin bilgisayar ekranında görünmesi için geçen süre), 10 saniyeden azdır. Yapılan çalışmalarla belirlenen ve literatürde belirtildiği üzere, “web sitesinin ekranda görünmesi için geçecek sürenin on saniye civarında olması

gerekmektedir” (Haig, 2000: 31). Bu noktadan hareketle web sitelerinin açılma hızları literatürle belirlenmiş olan 10 saniye kuralına uymaktadır. Bu açıdan bakıldığında, incelenen 6 belediyenin tümünün web sitesi de yükleme süresi açısından avantajlıdır. Çünkü yavaş açılacak web sayfaları kullanıcının sıkılmasına ve beklemeksizin siteden ayrılmasına, başka bir siteye yönelmesine yol açacaktır. 6 belediyenin de web sitelerinin siteye erişim rahatlığı ve site yüklenme sürelerinin iyi durumda olduğunu söylemek mümkündür.

Tablo 2. Belediyelerin Web Sitelerinin Genel Görünüşü İle İlgili Biçimsel Analiz Verileri

İşaretler: + var, evet - yok, hayır	Lefkoşa Türk Belediyesi	Gazimağusa Belediyesi	Girne Belediyesi	Gönyeli Belediyesi	Dikmen Belediyesi	İskele Belediyesi
Ana sayfa sade, açık ve anlaşılır mı?	+	+	+	+	+	+
Sayfalarda renk kullanımı	+	+	+	+	+	+
Zemin Rengi	Beyaz Koyu Mavi	Beyaz Mavi Turuncu	Beyaz Siyah Mavi	Beyaz Koyu Mavi Gri	Beyaz Yeşil Gri	Beyaz Siyah Turuncu
Sayfalar arası uyum	+	+	+	+	+	+
Fon müziği var mı?	-	-	-	-	-	-
Sayfa uzunluğu	+	+	+	+	+	+
Sayfa kenar boşlukları	+	+	+	+	+	+
Tanıtma faaliyetlerinde fotoğraf kullanımı	+	+	+	+	+	+
Sayfadaki butonların işlerliği	+	+	+	+	+	+
Sayfalarda ikon ve banner yoğunluğu	+					
Yazılar okunabilir bir yazı karakteri ve punto büyüklüğü ile yazılmış mı?	+	+	+	+	+	+
Sitedeki yazılar, resimler ya da diğer grafikler dengeli ve göze hoş gelen bir biçimde mi?	+	+	+	+	+	+
Yazıların arka planında metni okumaya engel olan renk ve desenler kullanılmış mı?	-	-	-	-	-	-
Sitede gereksiz resim, görüntü, yazı ve linklere yer verilmiş mi?	-	-	-	-	-	-
Güncellenme	+	+	+	+	-	-

Araştırmaya konu olan belediye web siteleri incelenirken biçimsel analiz içerisine

giren diğer bir başlık da genel görünüş'tür. Bu başlık altında elde edilen veriler Tablo 2'de yer almaktadır.

Ana sayfanın sade, açık ve anlaşılır olabilmesi, web sitesi ana sayfasında yer alan bilgilerin detaylı olmasından çok, sitenin tümünde yer alan genel içerikle ilgili bilgileri ana menü üzerinden verebilecek şekilde sade ve anlaşılır olarak düzenlenmesini gerektirir. Belediye web sitelerinin tümünde bu anlamda genel görünüşü bozan bir durumla karşılaşılmamıştır.

Web sitelerini ilk kez ziyaret eden kullanıcılar açısından kalıcılığın sağlanmasında, algılamanın zorlaşmamasında görsel algılamanın ve estetik kuralların gerektirdiği temel tasarım özellikleri düşünüldüğü zaman kullanılan zemin rengi ve tonu, font kullanımı ve rengi (açık renk bir fon, bu fonda tek bir ton ve fontlarda koyu renk kullanımı) gibi özellikler büyük önem taşımaktadır. Bu çerçevede LTB ana sayfasında kullanılan zemin renginin beyaz ve mavi (font siyah), Gazimağusa Belediyesi'nde beyaz, mavi ve turuncu (font beyaz/turuncu), Girne Belediyesi'nde beyaz, siyah ve mavi (font beyaz/mavi), Gönyeli Belediyesi'nde beyaz, koyu mavi ve gri (font siyah), Dikmen Belediyesi'nde beyaz, yeşil ve gri (font siyah/beyaz), İskele Belediyesi'nde de beyaz, siyah ve turuncu (font beyaz/siyah) olarak kullanıldığı görülmüştür.

Belediyelerin tümünün web sitelerinde sayfalararası uyum, sayfa uzunluğu, sayfa kenar boşlukları, tanıtmaya faaliyetlerinde fotoğraf kullanımı, sayfalardaki butonların işlerliği, sayfalarda ikon ve banner yoğunluğu ile ilgili olarak birbirine benzer nitelikler taşıdığı ve genel görünüşü bozan bir olumsuzluğa rastlanmadığı söylenebilir.

Web sitelerinde yer alan yazılarda okunabilir bir yazı karakteri ve punto büyüklüğü kullanımı büyük önem taşımaktadır. Kullanıcılar açısından rahat okunabilecek, yaygın kullanılan font ve punto büyüklüğü seçilmesi, okumayı güçleştirecek italik ve süslü yazılardan kaçınmak dikkat edilmesi gereken noktalar arasındadır. LTB, Gazimağusa, Gönyeli ve Dikmen Belediyesi web sitelerinde, kurumsal web sitelerinde olması önerilen (Arial, Veranda, Georgia, Helvetica gibi) fontlardan biri olan Arial kullanılmıştır. Girne ve İskele Belediyesi web sitelerinde ise Arial dışında ve parantez içinde yer verilen font çeşitlerinden farklı bir font kullanılmıştır. Ayrıca web sitelerinin tümünde rahat okumayı sağlayacak uygun punto büyüklüğü kullanıldığı görülmüştür.

Genel görünüş içinde yer alan görsel çekicilik özellikleri değerlendirildiğinde web sitelerinde ilgi çekici olma ile sade ve anlaşılır olma arasındaki dengenin iyi sağlanması gerekmektedir. Belediyelerin tümünün web sitelerinde yer alan yazılar, resimler, grafikler genel hatlarıyla hoş bir görüntü sergilemekte, yazıların arka planında kullanılan renk ve desenler metni okumaya engel olmamaktadır. Sitede gereksiz resim, görüntü, yazı ve linklere yer verilip verilmediği kriteri çerçevesinde incelenen belediye ana sayfaları genel hatlarıyla olumlu bir görünüş sergilese de, Dikmen Belediyesi ana sayfasının diğer belediye ana sayfalarından daha sade bir görünüme sahip olduğu, İskele Belediyesi ana sayfasının ise sadelikten uzak bir görünüm sergilediği söylenebilir.

İyi bir web sitesinin temel özelliklerinden biri de sık sık güncellenmesidir. Kullanıcılar açısından kalıcılığın sağlanmasında önemli bir özellik olan güncelleme

özelliği ile ilgili bilgi edinmek, web sitesinde yer alan haberlere bakılarak sağlanabilir. Bu çerçevede LTB, Gazimağusa, Girne ve Gönyeli Belediyesi web siteleri incelenen tarih aralığında güncelleme özelliği açısından olumlu bir görünüm sergilemektedir. Dikmen ve İskele Belediyeleri web sitelerinin ise yeterli güncelleme özelliğine sahip olmadığı görülmüştür.

Tablo 3. Belediyelerin Web Sitelerinin Kullanım Kolaylığı İle İlgili Biçimsel Analiz Verileri

İşaretler: + var, evet - yok, hayır	Lefkoşa Türk Belediyesi	Gazimağusa Belediyesi	Girne Belediyesi	Gönyeli Belediyesi	Dikmen Belediyesi	İskele Belediyesi
Ana sayfada site haritası var mı?	+	+	+	+	+	+
Ana sayfadan diğer linklere ulaşmada sıkıntı var mı?	-	-	-	-	-	-
Sayfalar arası geçiş-bağlantı	+	+	+	+	+	+
Her sayfada bir ana sayfa bağlantısı var mı?	+	+	+	+	+	+
Site içi arama	+	+	+	+	+	+
Kelime, tarih, etkinlik olarak arama yapılabilir mi?	+	+	+	+	+	+
Arşiv /Arşive ulaşma imkanı	+	+	+	+	+	+
Sayfadan çıktı alma imkanı	-	-	-	+	-	+
Sitede her pencerenin başlığı var mı?	+	+	+	+	+	+
Online işlem	+	+	+	+	+	+
Font kullanımı ve rahat okunabilirlik	+	+	+	+	+	+
Dil seçim olanağı	-	-	-	-	-	-

Araştırmaya konu olan belediye web siteleri incelenirken biçimsel analiz içerisine giren diğer bir başlık da kullanım kolaylığıdır. Kullanım kolaylığı, web sitelerinin temel niteliklerinden biri olan ve ziyaretçilere web sitesinin kullanım açısından ne gibi olanaklar sunduğunun belirlenmesine yönelik olarak Tablo 3'te belirtilen ölçütler çerçevesinde analiz edilmiş ve bulgulara yer verilmiştir.

Belediye ana sayfalarının tümünde site haritası bulundurdıkları görülmüştür. Site haritaları web sitesinin genel yapısına bir bakış imkanı sağlarken, ziyaretçilerin ilgilendikleri içerikleri bulabilmesi ve istediği sayfaya ulaşmada kolaylık sağlaması

açısından önemlidir.

Belediyelerin tümünde ana sayfadan diğer sayfalara ulaşmada sıkıntı olmadığı görülmüştür. Her sayfada bir ana sayfa bağlantısı olup, sayfalar arası geçiş ve bağlantı da rahat bir şekilde yapılmaktadır. Ayrıca web sitelerinde her penceresinin başlığının da olduğu görülmüştür. Kullanıcılar web sitesini ziyaret ettiği zaman ilgilendiği, aradığı içeriği bulmak için sayfa bağlantılarını kullanacak ve bunu çoğunlukla ana sayfadaki site menüsünden gerçekleştirecektir. Bu noktada eğer aradığı sayfaya ulaşmakta zorluk yaşıyorsa, bu web sitesinde bir işlevsellik sorunu olduğunu gösterir ve siteyi ziyaret eden vatandaşlara zorluk yaşatır. Belediye web sitelerinde bu özelliklerin çalışıyor olması siteyi ziyaret eden vatandaşlara kolaylık sağlaması anlamında önemlidir.

Belediye web sitelerinin tümünde site içi arama özelliği mevcuttur. Ancak kelime, tarih, etkinlik olarak arama yapmanın her konuda mümkün olmadığı görülmüştür. Belediye web siteleri gibi birçok bilgi içeren sitelerde site içerisinde gezinimi ve içeriğe erişimi kolaylaştıracak önemli unsurlardan biri olan site içi arama özelliği kullanıcıların ilgili belediyeye ilişkili bir konu ya da haberi taramak istediğinde büyük kolaylık sağlamaktadır. Kullanıcılar aradıkları sayfaya erişemedikleri zaman sıklıkla arama alanına girilen anahtar kelimeler ile ilgili sayfalara ulaşabilmektedir.

LTB, Gazimağusa ve Girne Belediyesi web sitelerinde arşive ulaşma imkanı bulunmaktadır. Vatandaşlar, haberler ve meclis kararlarına ilişkin geçmiş dönemlere ait bilgilerin yer aldığı arşive ulaşabilmektedir. Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyesi web sitelerinde ise yalnızca haber arşivi yer almaktadır. Vatandaşların geçmişte alınan bazı kararlara ya da bölge ile ilgili gelişmelere daha sonra da ulaşabilmesi açısından web sitesinde yer alan arşivler önemli bir araçtır.

Vatandaşların evrakları yazılı olarak elde edebilmesi için web sitesinde yer alan ilgili sayfalardan çıktı alabilmesi önemli bir unsurdur. İskele ve Gönyeli Belediyesi web sitelerinde bazı sayfalardan çıktı alma olanağı sunulmaktadır. Diğer belediye web sitelerinde ise sayfalardan çıktı alınabilmesi özelliğine rastlanmamıştır. Ancak pdf formatında indirilebilir dosyalar halinde bazı içerikler mevcuttur. Belediyelerin tümünün web sitelerinde bazı sayfaların altında sosyal medya platformlarının sembolleri yer almaktadır. Kullanıcılar bazı içerikleri bu platformlar üzerinden paylaşabilmektedir.

LTB web sitesinde online işlemler yapılabilmektedir. Ana menü üzerinde 'Online Hizmetler' başlığı altında yer alan 'Online Başvuru Formaları', 'Online Ödeme ve Borç Sorgulama', 'Şikayet Kayıt ve Takip', 'Online Talepler', 'Online Kayıt Ol', 'Online Bilet Al', 'Online Bağış Yap' alt menüleri kullanılarak geniş çerçevede sunulan online hizmetlerden yararlanılabilmektedir. Gazimağusa Belediyesi'nde online işlemler çerçevesinde ana sayfa ve ana sayfa sağ üst köşede yer alan 'Şikayet Sistemi' başlığına tıklanıldığında 'Şikayet ve Şikayet Takip Sistemi' açılmaktadır. Vatandaşlar online olarak istek, şikayet ve önerilerini bildirebilmektedirler. Girne Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Online Hizmetler' başlığı altında 'Borç Sorgulama' ve 'İmar Veri Sorgulama' alt menüleri kapsamında online hizmetler yer almaktadır. Ayrıca ana sayfada 'Şikayet Bildirimi' başlığına tıklanarak online olarak istek, şikayet ve öneriler sunulabilmektedir. Gönyeli Belediyesi'nde ise ana sayfada yer alan E-Başvuru başlığına tıklanarak yine online

olarak şikayet, istek ve öneriler bildirilebilmektedir. Dikmen Belediyesi'nde ana menü üzerinde sağ üst köşede yer alan 'Borç Sorgulama' başlığına tıklanarak vatandaşlar online olarak borç bilgilerine ulaşabilmektedirler. İskele Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'E-belediye' başlığı altında 'Borç Sorgulama', 'Müracaat Formları' alt menülerinden bu bilgilere online işlemler çerçevesinde ulaşılabilir. Ayrıca ana sayfada yer alan 'Abone Paneli' ve 'Önerim Var' başlıklarına tıklanarak online olarak şikayet, istek ve öneriler belediyeye iletilebilmektedir.

LTB, Gazimağusa, Gönyeli ve Dikmen Belediyesi web sitelerinde iyi bir web sitesinde olması önerilen (Arial, Veranda, Georgia, Helvetica gibi) fontlardan biri olan Arial kullanılmıştır. Girne ve İskele Belediyeleri'nde ise Arial dışında bir font kullanılmıştır. Tüm belediye web sitelerinde rahat okunabilirlik özelliği olduğu söylenebilir.

LTB, Girne, Gönyeli ve Dikmen Belediyesi web sitelerinde kullanıcılara dil seçim olanağı sunulmamaktadır. Gazimağusa ve İskele Belediyeleri'nde ise Türkçe'nin yanında İngilizce dil seçeneği sunulmasına rağmen Gazimağusa Belediyesi'nde sadece sayfaların başlığı İngilizceye çevrilmektedir. İskele Belediyesi'nde ise sayfa başlıklarının yanında İskele'nin tarihi yapısı, gezilecek yerler gibi turizme yönelik bilgilerin bazıları İngilizce'ye çevrilmektedir. İngilizce dil seçim olanağı özellikle dış tanıtım açısından önemlidir.

Tablo 4. Belediye Web Sitelerinin Tanımaya Yönelik Çalışmalarının Halkla İlişkiler Açısından Analizi

İşaretler: + var, evet - yok, hayır		Lefkoşa Türk Belediyesi	Gazimağusa Belediyesi	Girne Belediyesi	Gönyeli Belediyesi	Dikmen Belediyesi	İskele Belediyesi
TANIMA	Anket	-	+	-	+	-	-
	Telefon, Faks E-posta	+	+	+	+	+	+
	Şikayet Ve İstek Hattı	+	+	-	+	-	+
	Bilgi Edinme	-	-	-	-	-	-
	Başkana Mesaj	-	-	-	-	-	+
	Sms-Wap	+	+	-	-	-	-
	Ziyaretçi Sayısı	-	-	-	+	-	-
	Aynı IP İle Kaç Kez Ziyaret Edildiği	-	-	-	-	-	-
	Sıkça Sorulan Sorular	+	+	-	+	-	+

Araştırmaya konu olan KKTC belediyelerinin web sitelerinde yer alan; halkın istek, beklenti ve şikayetlerinin tespit edilmesine yönelik bulguları içeren tanımaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri, karşılaştırmalı olarak Tablo 4'te gösterilmiştir. Yapılan analiz sonucunda;

LTB, Girne, Dikmen ve İskele Belediyesi web sitelerinde, belde halkını tanımada katkısı olduğu düşünülen, çoğu kez web sitesinde yer verilen ve sonuçlarının da halkla paylaşıldığı, halkın bazı konulardaki görüşlerini (belediyenin herhangi bir uygulamasının halkta gösterdiği tepki, yapılacak bir uygulamanın halk tarafından benimsenip benimsenmediği vb.) ölçmeye yarayan tanımaya yönelik bir anket mekanizmasının olmadığı görülmüştür. Gazimağusa ve Gönyeli Belediyeleri'nde ise incelenen tarihler arasında web sitesi ile ilgili görüş ve önerilerin ölçüldüğü bir anket mekanizması görülmüştür.

Belediyelerin tümünün web sitelerinde vatandaşların erişiminin sağlanarak istek, öneri ve beklentilerinin belirlenebileceği, şikayetlerinin değerlendirilebileceği, gerekli telefon, faks ve e-posta adresleri mevcuttur. Bu çerçevede, vatandaşlar web siteleri aracılığıyla istek, öneri, beklenti ve şikayetlerini belediyeye aktarabilmekte, bilgi alabilmektedirler.

LTB'nin halkın taleplerini öğrenmeye yönelik web sitesinde '24 Saat Çağrı Merkezi' ve 'Alo 185' adıyla anılan ve tıklanıldığında arama yapılacak uygulamayı seçin kutucuğuna yönlendiren bir başka araç yer almaktadır. Ayrıca ana menü üzerinde 'Online Hizmetler' başlığı altında yer alan 'Online Talepler' alt menüsüne tıklanıldığında kullanıcılar farklı başlıklar altında sunulan ve hangi birime gönderileceğine bağlı olarak istek, öneri, beklenti ve şikayetlerini bildirebilecekleri, kendilerinden ad-soyad, telefon numarası, adres, doğum tarihi gibi bilgilerin zorunlu olarak doldurulması istenen kısımlara yönlendirilmektedir. 'Online Talepler' alt menüsü üzerinde aynı zamanda 'Başkan İle Görüşme' başlığı da yer almaktadır ve tıklanıldığında zorunlu olarak doldurulması gereken bilgilerin yer aldığı aynı pencere açılmaktadır. Bu başlıklar altında açılan tüm sayfalar yine belediyeye erişimi sağlayacak telefon, e-posta ve adresin sunulduğu sayfa bilgilerini içermektedir. Özellikle halkla ilişkilerin tamamlayıcı bir parçası olarak kullanılan e-posta, belediyelerin vatandaşlarla iletişim kurmasını sağlayan önemli araçlardan biri olarak LTB web sitesinde kullanıcılara bu olanağın sağlandığı görülmektedir.

Gazimağusa Belediyesi'nde halkın istek ve beklentilerini öğrenmeye yönelik yer verilen gerekli iletişim adreslerine ek olarak, '630 0 500' iletişim hattı bilgileri ve '444 4 GMB (444 4 462)' adıyla anılan ve tıklanıldığında arama yapılacak uygulamayı seçin kutucuğuna yönlendiren bir başka araç daha yer almaktadır. Ayrıca sağ üst köşede 'Şikayet Hattı' başlığıyla yer alan butona tıklanıldığı zaman kullanıcıların Gazimağusa Belediyesi Şikayet ve Şikayet Takip Sistemine yönlendirildiği görülmektedir. Açılan sayfada şikayet ve talep formu görüntülenmektedir. Üye olan kullanıcılar için kullanıcı adı / e-posta adresi ve parola, ziyaretçiler için ise isim ve e-posta adresi girilerek şikayetler bildirilebilmektedir. Ana sayfada tıklanıldığında kullanıcıları yine şikayet ve şikayet takip sistemine yönlendiren 'Gazimağusa Belediyesi Online Şikayet Hattı' yer almaktadır. Ana menü üzerinde yer alan ve belediyenin adresi, konumu, telefon ve faks numaraları, e-posta adresi ve web sitesi bilgilerinin bulunduğu 'İletişim' başlığı tıklanıldığı zaman kullanıcılar sayfada aynı zamanda ad-soyad, e-posta adresi, telefon numarası, başlık ve mesaj kısımlarının doldurulması zorunlu 'iletişim formu'na da ulaşabilmektedir. Bu form aracılığıyla da istek, öneri, beklenti ve şikayetlerini belediye yetkililerine ulaştırabilmektedirler. Bunlara ek olarak 'İletişim' başlığı altında açılan sayfada belediye halkla ilişkiler ve diğer tüm birimlerin telefon numaralarına da yer verilmiştir.

Girne Belediyesi ana sayfasında ‘İstek, Şikayet ve Öneri’ başlığı ile yer alan butona tıklayarak halkın istek, şikayet ve önerilerini bildirebileceği ad-soyad, şikayet konusu, telefon, adres / mekan tanımı ve bölge adı bilgilerinin zorunlu olarak doldurulması gereken ‘Şikayet Bildirim Formu’na ulaşılabilir. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan ve belediyenin adresi, telefon ve faks numaraları, e-posta adresi ve web sitesi bilgilerinin bulunduğu ‘İletişim’ başlığı tıkladığı zaman kullanıcılar sayfada verilen bir link üzerinden form doldurarak belediyeye ulaştırılmaktadır. İncelenen dönem içinde linki verilen forma ulaşamamıştır.

Gönyeli Belediyesi ana sayfasında yer alan ‘Alo 186 (Hizmet Hattı)’ adıyla anılan ancak kullanıcıların bu başlığın hemen yanındaki e-başvuru kısmına tıklayabildiği ve ad-soyad, telefon numarası, adres, e-posta adresi, mesaj, iletişim amacı (dilek / görüş / şikayet) kısımlarının doldurulması zorunlu ‘İletişim Formu’ aracılığıyla istek, şikayet ve önerilerini bildirebilecekleri bir bölüm yer almaktadır. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan ‘İletişim’ başlığı tıkladığı zaman ulaşılabilen ‘İletişim Formu’ doldurularak vatandaşlar dilek, şikayet ve önerilerini belediyeye bildirebilmektedir. Bunlara ek olarak ‘İletişim’ başlığı altında açılan sayfada tüm belediye birimlerinin telefon numaralarına da yer verilmiştir.

Dikmen Belediyesi ana sayfasında ‘Dilek, Şikayet ve Önerileriniz İçin Bize Yazın’ başlığıyla yer alan bir bölüm bulunmakla birlikte tıkladığında incelenen dönem içinde aktif olmadığı görülmüştür.

İskele Belediyesi web sitesinde de sağ üst kısımda halkın taleplerini öğrenmeye yönelik ‘0392 444 21 22’ numaralı telefon hattı bilgisi bulunmaktadır. Ancak bu telefon numarası 24 saat hizmet veren bir şikayet ve istek hattı özelliğini taşımamaktadır.

Tüm belediye web sitelerinde ‘Bilgi Edinme’ye ayrı bir başlıkta yer verilmemiş olmakla birlikte, vatandaşlar belediye ile iletişime geçebilmekte, belediye ile ilgili konularda bilgi edinebilmektedir. Ayrıca Bilgi Edinme Yasası’na ilişkin yönetmelik ile ilgili hiçbir web sitesinde bir bilgiye de rastlanmamıştır.

LTB, Gazimağusa, Girne, Gönyeli ve Dikmen Belediyesi web sitelerinde doğrudan belediye başkanına mesaj atma olanağı yoktur. Gazimağusa Belediyesi’nde ana sayfada belediye başkanının isminin de yer aldığı ‘Başkana Mesaj Gönder’ butonu tıkladığında ad-soyad, e-posta adresi, cep telefonu numarası, konu ve mesaj bilgilerinin doldurulması zorunlu, belediye başkanına iletilmesi istenen görüş, düşünce ve önerilerin belirtilebileceği form görüntülenmektedir. Bu formda kullanıcılar tarafından gönderilecek tüm mesajların, aynı gün belediye başkanına sunularak gerekli görülmesi durumunda vatandaş ile iletişime geçileceği bilgisi de yer almaktadır. Girne Belediyesi’nde de ana menü üzerinde yer alan ‘Başkan’ butonuna tıklanarak ‘Başkan İletişim’ alt menüsünden başkan sekreteri e-posta ve telefon adreslerine ulaşılabilir. Gönyeli Belediyesi’nde ana sayfada yer alan ‘İletişim’ başlığı altında açılan sayfada belirtilen belediye başkan sekreteri irtibat numarası dışında vatandaşların belediye başkanına ulaşabileceği bir mesaj sistemi belirtilmemiştir. Dikmen Belediyesi’nde ‘İletişim’ başlığı altında açılan sayfada belediye başkanı sekreteri irtibat numarası/e-posta adresi bilgileri mevcut değildir. Ancak ana menü üzerinde yer alan ‘Duyurular’ başlığı altında belediye başkanının direkt numarasına yer verilmiştir.

İskele Belediyesi'nde diğer belediyelerden farklı olarak ana menü üzerinde yer alan 'Yönetim' başlığında açılan sayfanın alt menüsünde yer alan 'Belediye Başkanı' başlığı altında 'Başkana Mesaj Gönderin' butonu tıklanıldığında ad-soyad, telefon numarası, e-posta adresi, mesaj ve güvenlik kodu kısımlarının doldurulması zorunlu form aracılığı ile doğrudan belediye başkanına mesaj atma olanağı mevcuttur.

LTB, Gazimağusa Belediyesi web siteleri aracılığıyla, yeni iletişim teknolojilerinin kullanım alanı olan SMS ve WAP yolu ile belediyeye ulaşılabilen, istek ve şikayetler dile getirilebilmektedir. Girne, Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyeleri'nde ise bu özellikler mevcut değildir.

Belediyelerin, hedef kitlelerini oluşturan vatandaşların teknolojiyi kullanma eğilimlerinin saptamasında önemli bir araç olan 'ziyaretçi sayısı' ve bununla bağlantılı olarak 'aynı ip ile kaç kez ziyaret edildiği' ölçütlerine ilişkin olarak LTB, Gazimağusa, Girne, Dikmen ve İskele Belediyeleri'nde herhangi bir veri yer almamaktadır. Gönyeli Belediyesi'nde o gün siteyi ziyaret eden kişi sayısı ve geçmişte yapılan toplam ziyaret sayısı belirtilmekte, IP ile kaç kez ziyaret edildiği bilgisi ise yer almamaktadır.

LTB'nde ana menü üzerinde 'Bilgilendirme (Sıkça Sorulan Sorular)' başlığı bulunmaktadır. Ana sayfa sağ üst köşesinde bulunan 'Bilgilendirme (Sıkça Sorulan Sorular)' başlığı yanında, yine sağ üst köşesinde yer alan 'İletişim' başlığı altında iletişim, soru, görüş ve öneriler formu bulunmaktadır. Ad-soyad, e-posta adresi, telefon numarası ve mesaj kısımlarının yer aldığı form ile vatandaşlar belediyeye sorular yöneltebilmektedirler. Gazimağusa Belediyesi ana sayfasında da 'Sıkça Sorulan Sorular' başlığı altında belirli sorulara yer verilmiştir. Ayrıca ana menü üzerinde yer verilen 'İletişim' butonuna tıklanıldığı zaman görüntülenen 'iletişim formu' ile de vatandaşların soruları yanıtlanabilmektedir. Girne Belediyesi'nde ise böyle bir uygulama olmamakla birlikte, ana sayfasında 'İstek, Şikayet ve Öneri' başlığı ile yer alan butona tıklayarak halkın istek, şikayet ve önerilerini bildirebileceği 'Şikayet Bildirim Formu'na ulaşılabilir. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan 'İletişim' başlığı tıklanıldığı zaman kullanıcılar sayfada verilen bir link üzerinden form doldurarak belediyeye ulaştırabilmekte, sorular yöneltebilmektedirler. İncelenen dönem içinde linki verilen forma ulaşamadılar. Gönyeli Belediyesi'nde ana menü üzerinde 'Sıkça Sorulan Sorular' yer almaktadır. Ayrıca ana sayfada yer alan 'Alo 186 (Hizmet Hattı)' adıyla anılan ancak kullanıcıların bu başlığın hemen yanındaki e-başvuru kısmına tıklayabildiği ve yönlendirildikleri 'İletişim Formu' aracılığıyla soru, istek, şikayet ve önerilerini bildirebilecekleri bir bölüm yer almaktadır. 'İletişim' başlığı altında yer alan 'İletişim Formu' ile de soru, dilek, şikayet ve önerilerini belediyeye ulaştırabilmektedirler. Dikmen Belediyesi'nde 'Sıkça Sorulan Sorular' sayfası bulunmamaktadır. Vatandaşlar web sitesi aracılığıyla belediyeye soru yöneltememektedirler. İskele Belediyesi ana sayfasında 'Sıkça Sorulan Sorular' başlığı bulunmaktadır. Ayrıca ana sayfada yer alan ve belediyenin abonelerinin kullanıcı adı ve şifre ile giriş yapabildiği 'Abone Paneli' ve tıklanıldığında ad-soyad, e-posta adresi, öneri, görüşler ve güvenlik kodunun girilmesi zorunlu forma ulaşabildikleri 'Önerim Var' adıyla var olan butonlar üzerinden vatandaşlar belediyeye e-posta yoluyla ulaşabilmekte, soru sorabilmekte, destek alabilmektedirler. Bunlara ek olarak ana menü üzerinde yer alan 'İletişim' butonuna tıklanıldığı zaman görüntülenen ad-soyad, e-posta adresi, konu, mesaj

kısımlarının doldurulması zorunlu form üzerinden de vatandaşlar belediyeye sorular iletebilmektedirler. Belediyelerin vatandaşları tanımaya yönelik web sitelerinde yer alan bilgileri genel olarak bu şekilde değerlendirmek mümkündür.

Tablo 5. Belediye Web Sitelerinin Tanıtmaya Yönelik Çalışmalarının Halkla İlişkiler Açısından Analizi

İşaretler: + var, evet - yok, hayır		Lefkoşa Türk Belediyesi	Gazimağusa Belediyesi	Girne Belediyesi	Gönyeli Belediyesi	Dikmen Belediyesi	İskele Belediyesi
TANITMA	Belediye Tarihçesi	+	+	+	-	+	-
	Belediye Meclisi	+	+	-	-	+	+
	Belediye Meclis Kararları	+	+	+	-	-	+
	Müdürlükler	+	+	-	+	+	+
	Kültürel ve Sosyal Çalışmalar	+	+	+	+	+	+
	Hizmetlere İlişkin Bilgiler	+	+	+	+	+	+
	İhaleler	+	+	+	+	+	+
	Müdürlük Faaliyet Raporları	-	-	-	-	-	-
	Organizasyon Şeması	+	-	-	-	-	-
	Başkan	+	+	+	-	+	+
	Şehir İle İlgili Yazılar	+	+	+	-	-	+
	Şehir Haritası	+	+	-	+	+	+

Araştırmaya konu olan KKTC belediyelerinin web sitelerinde yer alan; belediyelerin yaptığı faaliyetlerin duyurulduğu araç ve yöntemlere ilişkin bulguları içeren tanıtmaya yönelik halkla ilişkiler faaliyetleri, karşılaştırmalı olarak Tablo 5’te belirtilmiştir. Yapılan analiz sonucunda;

LTB’nde ana menü üzerinde bulunan ‘Kurumsal’ başlığı altında yer alan alt menülerden biri de ‘Belediyemizin Tarihi’ sayfasıdır. Sayfada hem belde halkı hem de yabancı ziyaretçilere yönelik detaylı bir belediye tarihçesi bulunmaktadır. İlk kuruluş yıllarından itibaren tarihi süreç içinde belediye için kilometre taşları sayılabilecek

önemli olayların arşiv belgeleri de mevcuttur. Yine aynı başlık altında geçmiş dönem belediye başkanları, kardeş belediyeler, uluslararası üyelikler, ödüller, devam eden sosyal sorumluluk içerikli projelerle ilgili bilgiler de yer almaktadır. Bunlara ek olarak incelenen diğer belediye web sitelerinde olduğu gibi sol üst köşede belediyenin adı ve logosu da mevcuttur. Gazimağusa Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Yönetim' sayfası altında 'Belediye Tarihi' alt menüsü yer almaktadır. Bu sayfada belediyenin kısa tarihçesi yanında geçmiş dönem belediye başkanları ve görev süreleri, Gazimağusa belediye alanı ve nüfus bilgileri yer almaktadır. Girne Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Belediye İdaresi' başlığı altında açılan alt menülerden biri de 'Kuruluş'tur. Kuruluş butonu tıklandığı zaman belediyenin çok kısıtlı bir tarihçesine ulaşılabilmektedir. Bunun yanında geçmiş dönem belediye başkanlarının isimleri ve başkanlık yaptıkları tarihler yer alırken, Girne Belediyesi sorumluluk sınırları ile ilgili de bilgiler verilmiştir. Gönyeli Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Belediyemiz' başlığı altında belediye tarihçesi yer almamaktadır. Belediyenin misyon ve vizyonuna yer verilmiştir. Ayrıca ana sayfada Gönyeli Belediyesi'ne ait 'Gönyeli'de Hayat' v.b. başlıklarda videolar mevcuttur. Dikmen Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Yönetim' başlığı altında 'Tarihçemiz' sayfasında belediye tarihçesi mevcuttur. İskele Belediyesi'nde ise belediye tarihçesi yer almamaktadır.

LTB'nde ana menü üzerinde yer alan 'Kurumsal' butonuna tıklandığı zaman açılan diğer bir sayfa da 'Belediye Meclisi' sayfasıdır. Bu başlığın alt menüsünde, halkı ilgilendiren kararların alındığı ve farklı parti temsilcilerinin yer aldığı Belediye Meclisi ve 'Meclis Kararları', gündemi, komisyonlar, geçmiş dönem meclis üyeleri ve var olan üyelerin e-posta adresleri, facebook kullanıcılarının kişisel sayfaları, meslekleri, özgeçmişlerine ilişkin bilgiler sunulmaktadır. Verilen bu bilgiler vatandaşların Lefkoşa ile ilgili alınan kararlara etki eden kişileri tanınması açısından önemli bir araçtır. Ayrıca Belediye Meclisi'nin Lefkoşa hakkında almış olduğu kararlar web sitesinde yer almakta, böylece vatandaşlar planlanan faaliyetler konusunda da bilgilendirilmektedir. Gazimağusa Belediyesi'nde 'Yönetim' başlığı altında Belediye Meclisi ve idari kadronun özgeçmiş bilgilerinin yer aldığı görülmektedir. Ayrıca yine 'Yönetim' başlığı altında yasa ve tüzükler, hizmet ilkeleri ve belediye meclis tutanakları yıllar bazında verilmekte, vatandaşların kente ilişkin alınan kararlar ve planlanan faaliyetlerle ilgili bilgi alması sağlanmaktadır. Girne Belediyesi'nde 'Belediye İdaresi' başlığı altında 'Bütçe ve Yatırımlar', 'Belediye Meclis Kararları', 'Belediye Yasası' ve 'Tüzükler' sayfaları yer almaktadır. 'Belediye Meclis Kararları' sayfasında verilen linklere tıklanarak, belediye meclisinde gündeme gelen öneriler ve alınan kararların word dosyası olarak indirilebileceği, vatandaşların Girne hakkında Belediye Meclisi'nin almış olduğu kararlar üzerinden planlanan faaliyetler konusunda bilgilendirildiği görülmektedir. Belediye Meclisi üyeleri ve özgeçmişlerine ilişkin herhangi bir bilgi rastlanmamıştır. Bu bilgilere yer verilmemesi vatandaşların Girne ile ilgili alınan kararlara etki eden kişileri tanınması ve güven tesis edilebilmesi açısından önemli bir eksikliklerdir. Girne Belediyesi ana sayfasında yer alan Kent Kurultayı ile ilgili başlık tıklandığı zaman, 2014 yılında gerçekleştirilen Kurultay ve fotoğraflarına ulaşılabilmektedir. Girne Kent Kurultay raporlarının yer aldığı sayfada komiteler ve üyelerinin isimleri mevcuttur. Bu başlık altında yer alan bilgilerden yola çıkılarak Belediye Meclis üyeleri ile ilgili bilgilere ulaşılabilmektedir. Gönyeli Belediyesi'nde

‘Belediye Meclisi’ ve ‘Belediye Meclis Kararları’ bilgileri yer almamaktadır. Dikmen Belediyesi’nde ana menü üzerinde yer alan ‘Yönetim’ başlığı altında ‘Belediye Meclis Üyeleri’nin isim listesi bulunmaktadır. Üyeler hakkında herhangi bir bilgi bulunmamakta ve ‘Belediye Meclis Kararları’ yer almamaktadır. İskele Belediyesi’nde ana menü üzerinde yer alan ‘Yönetim’ sayfası altında ‘Meclis Üyeleri’ alt menüsü yer almaktadır ve farklı parti temsilcilerin yer aldığı belediye meclis üyelerinin özgeçmişlerine yer verilmiştir. Yine ‘Yönetim’ başlığı altında ‘Yasa ve Tüzükler’ sayfasında vatandaşlar yasa ve tüzük bilgilerine, tıkladığında indirilebilecek şekilde ulaşabilmektedir. Web sitesinde kente ilişkin alınan kararlar ve planlanan faaliyetlerle ilgili olarak çeşitli bilgiler yer almakla birlikte, ‘Yönetim’ başlığı altında yer alan ‘Meclis Kararları’ sayfasında yer alan listede tıkladığında herhangi bir bilgiye ulaşamamaktadır.

LTB’nde belediye bünyesinde işlerin yürütüldüğü birimler yine ana menü üzerinde bulunan ‘Kurumsal’ sayfasının alt menülerinden olan ‘Şubelerimiz’ başlığı altında yer almaktadır. Bu sayfada birimlerin görev ve sorumlulukları konusunda bilgiler yer alırken, birim müdürleri ve irtibat numaraları bilgisi yer almamaktadır. ‘Kurumsal’ ana başlığı altında yer alan ‘Komisyonlar’ sayfası alt menüsünde yer alan ve belediye birimleri ile bağlantılı, farklı görev ve sorumlulukları olan komisyonlara ise vatandaşların komisyon ile iletişim kurmak, görüş ve önerilerini paylaşmak için doldurabileceği, ad-soyad, e-posta adresi, konu ve mesaj kısımlarının doldurulması zorunlu bir form yer almaktadır. Bu form aracılığı ile vatandaşlar sorunlarını ilgili komisyon üyelerine bildirebilmekte, yapılan çalışmalarla ilgili bilgi edinebilmektedirler. Gazimağusa Belediyesi’nde yer alan ‘Yönetim’ sayfasının alt menülerinden olan ‘Hizmet Birimi’ başlığı altında belediye bünyesinde işlerin yürütüldüğü birimler ve bu birimlerin görev ve sorumlulukları konusunda bilgiler yer almaktadır. Ancak aynı sayfada birim müdürleri ve irtibat numaraları bilgisi yer almamaktadır. Birimlere ait telefon numaralarına ‘İletişim’ başlığı altında yer verilmektedir. Girne Belediyesi’nde ana menü üzerinde yer alan ‘Kurumsal’ başlığı altında sadece misyon ve vizyon bilgileri yer almaktadır. Belediyenin birimleri, birim görev ve sorumlulukları konusunda bilgilere rastlanmamıştır. Belediye bünyesinde işlerin yürütüldüğü birimler, müdürleri ve iletişim noktaları sitede yer alması gereken önemli bir tanıtma faaliyeti olması açısından büyük bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır. Gönyeli Belediyesi’nde ana sayfada yer alan ‘Bölümlerimiz’ başlığı altında belediye bünyesinde işlerin yürütüldüğü birimlere ilişkin bir liste mevcuttur. Ancak ana sayfada yer alan ‘Birim Faaliyetleri’ başlığına tıkladığında herhangi bir bilgiye ulaşamamaktadır. Ana sayfada ‘Muhtarlıklar’ başlığı altında muhtarlıkların irtibat numaralarına yer verilmiştir. Dikmen Belediyesi’nde ana menü üzerinde bulunan ‘Yönetim’ başlığı altında yer alan ‘Birimler’ sayfasında birimlerin listesi yer almaktadır. ‘Duyurular’ başlığı altında ise belediye başkanı ve ilgili birimlerin şube amirlerine ait irtibat numaraları yer almaktadır. İskele Belediyesi’nde ana menü üzerinde ‘Yönetim’ başlığı altında yer alan ‘Hizmet Birimi’ alt menüsünde belediye bünyesinde işlerin yürütüldüğü birimler ve sorumlulukları konusunda bilgiler yer almakta, birim müdürleri ve irtibat numaraları yer almamaktadır.

LTB ana sayfasında belediyenin kentteki kültürel ve sosyal çalışmaları, etkinlikleri fotoğraflarla desteklenerek yer bulmaktadır. Sosyal belediyecilik anlayışı çerçevesinde, belediyeciliğin sadece alt yapı çalışmalarından ibaret olmadığını açık bir göstergesi

olarak bu çalışmaların web sitesinde yer bulması önemlidir. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan 'Haberler' sayfasında kültürel yayınlar ve belediye tarafından desteklenen çalışmalar da yer almaktadır. Bunların yanında ana sayfada 'Kent Gazetesi' başlığı yer almaktadır. Bu başlığa tıkladığında ise herhangi bir yayın örneğine rastlanmamıştır. Gazimağusa Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Belediyeden' başlığı altında açılan alt menülerden olan 'Kültür ve Sanat' ve 'Haberler' sayfalarında belediyeye ait kültürel ve sosyal çalışmalar, etkinlikler fotoğraflarla desteklenerek vatandaşlara sunulmaktadır. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan diğer bir başlık olan 'Kent Rehberi' alt menülerinden 'Kent Haberleri' sayfasında ve yine ana menü üzerinde sağ üst köşede yer alan 'Festivaller' başlığı altında da kültürel ve sosyal çalışma ve etkinliklere yer verilmiştir. Girne Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Kültür Merkezi' başlığı altında yer alan 'Kültür Sanat Etkinlikleri' alt menüsünden belediyenin fotoğraflarla desteklenmiş kentteki kültürel ve sosyal çalışmaları ve etkinlikleri bilgilerine ulaşılabilir. Ayrıca ana sayfasında yer alan 'Festivaller', 'Halk Dansları', 'Yürüyüş Kulübü' v.b. başlıklar, 'Duyurular' ve 'Haberler' tıkladığı zaman belediye tarafından desteklenen kültürel, sosyal içerikli faaliyetlere ilişkin bilgilere de ulaşılabilir. Gönyeli Belediyesi'nde ana sayfada ve ana menü üzerinde yer alan 'Tüm Fotoğraflar' başlığı altında belediyenin kültürel ve sosyal çalışmaları, etkinlikleri fotoğraflarla desteklenerek yer bulmaktadır. Dikmen Belediyesi'nde ana sayfada ve ana menü üzerinde yer alan 'Etkinlikler' ve 'Haberler' başlıkları altında kültürel ve sosyal çalışmalar, etkinlikler kısıtlı olmakla beraber fotoğraflarla desteklenerek yer almaktadır. İskele Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde yer alan 'Haberler', 'Projeler', 'Sanat ve Spor', 'Bizden Size' başlıkları alt menülerinde belediyenin kültürel, sosyal çalışma ve etkinliklerine zengin fotoğraf desteğiyle yer verilmiştir. Ayrıca 'Gazetemiz' başlığı altında 'İskele'nin Sesi' gazetesi sayılarına ulaşmak mümkündür. Kültürel ve sosyal çalışmalar zengin bir şekilde web sitesinde yer almaktadır.

LTB, Girne, Gönyeli Belediyesi ana sayfalarında, haberler ve duyurular başlıkları altında belediyenin sunduğu hizmetler ve uygulamalar hakkında açıklayıcı bilgiler yer almaktadır. Fotoğraflar ve afişlerle desteklenen bu bilgi ve haberler web sitesi aracılığı ile kullanıcılara ulaştırılmaktadır. Gazimağusa Belediyesi'nde 'Yönetim' başlığı altında yer alan 'Hizmet Birimi' ve 'Hizmet İlkeleri' sayfalarında ve ana sayfada fotoğraf ve afişlerle desteklenen belediyenin sunduğu hizmetler ve uygulamalara ilişkin bilgiler yer almaktadır. Dikmen Belediyesi'nde ana menü üzerinde 'Projeler' başlığı altında belediyenin sunduğu hizmetlere, projelere fotoğraflarla desteklenerek yer verilmiştir. İskele Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde yer alan 'Haberler', 'Projeler' başlıkları altında belediyenin sunduğu hizmetler ve uygulamalar ve gelecekte hayata geçirilmesi planlanan projeler ile ilgili bilgiler, fotoğraf ve afişlerle desteklenerek detaylı olarak vatandaşlara sunulmaktadır. Hizmetlere ilişkin bilgilerin içerik olarak bürokratik bilgilerden çok, hizmet içerikleri ve nelerin yapıldığı ve yapılması planlandığı yönündedir. Bunların yanında incelenen tüm belediye web sitelerinde kapsam değişse de online hizmetler ve etkileşimli hizmetler (Gönyeli ve Dikmen Belediye web siteleri dışında) gerçekleştirilmektedir. (Bkz. Tablo 3)

LTB'nde ana sayfada yer alan 'İhaleler' başlığına tıkladığı zaman vatandaşlar güncel ihale bilgileri ve duyurulara ulaşabilmektedirler. İhaleler başlığı altında bazı ihalelerin tam metinlerine ulaşmak da mümkündür. Belediye web sitelerinde ihaleler ile ilgili

bilgilerin yer alması, şeffaf belediyecilik anlayışı gereği, vatandaşların büyük bütçelerle çalışan belediyelerin hizmet adı altında yaptıkları işlerde usulsüzlüklerin olup olmadığına ilişkin şüpheyi ortadan kaldıracak, halkla ilişkilerin temel amaçlarından olan belediye ve vatandaşlar arasında güvene dayalı ilişkiler tesis edilebilmesine katkı sağlayacağı gibi, güvenilir bir kurum imajı oluşturacaktır. Gazimağusa Belediyesi'nde vatandaşlar ana sayfada ve ana menü üzerinde yer alan 'Belediyeden' başlığı altındaki 'Duyurular' ve 'İhaleler' sayfalarında ihaleler ile ilgili bilgiler ve tam metinlerine ulaşabilmektedirler. Ayrıca kullanıcılar ihaleler sayfasında yer alan ihale duyurularına tıkladığı zaman doldurulması zorunlu, e-posta adresinin yayımlanmayacağı bilgisi verilerek; yorum, e-posta adresi ve internet sitesi alanlarının zorunlu olarak doldurulması gereken bir forma ulaşabilmekte, verilen linklerden ihaleler ile ilgili dosyaları indirebilmektedir. Girne Belediyesi' ana sayfada 'İhale İlanları' başlıklı duyurular kısmında ihalelerle ilgili ayrıntılı bilgilere ulaşılabilen, verilen linkler üzerinden ihalelerle ilgili dosyalar indirilebilmektedir. Gönyeli Belediyesi ana sayfasında 'İhaleler' başlığı yer almamakta, ihaleler ile ilgili öz bilgiler, haberler ve tüm duyurular başlıkları altında aynı zamanda yine ana sayfada yer alan 'İhale İlanlarımız' başlığı altında yer almaktadır. Dikmen Belediyesi'nde ana sayfada ve ana menü üzerinde yer alan 'İhaleler' ve 'Duyurular' başlığı altında tamamlanmış ve devam eden ihalelere ilişkin bilgilere yer verilmiştir. İskele Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde yer alan 'Bizden Size' başlığı altında 'İhale Duyuruları' alt menüsünden, ayrıca 'Duyurular' ve 'Haberler' başlıkları altında tamamlanmış ihaleler ve güncel ihale duyurularına ulaşmak mümkündür. Bunlara ek olarak tüm belediye web sitelerinde stratejik bütçe planı kapsamında olmasa da bütçe ile ilgili bilgilere yer verilmektedir. Gönyeli Belediyesi ana sayfasında ise bütçe ile ilgili verilen bilgilerin daha kapsamlı olduğu görülmüştür.

LTB, Gazimağusa, Girne, Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyesi web sitelerinde müdürlük faaliyet raporlarına yer verilmemiştir.

Organizasyon şeması belediye yönetim yapısı ile ilgili bilgi veren, belediyenin nasıl yapılandığını, birimlerin ve sorumlularının birbiriyle ilişkisini ve fonksiyonlarını gösteren bir tablo olarak vatandaşların işlerini takip etmesinde kolaylık sağlayacak bir araçtır. LTB dışında incelenen diğer belediyelerin hiçbirinde organizasyon şeması bulunmamaktadır. Bu da belediye birimlerinin ve birbiriyle bağlantılarının tanıtılması, vatandaşların hangi konuda kime başvuracağı ve destek alacağı konusundaki kafa karışıklığının giderilmesi noktasında bir eksiklik olarak karşımıza çıkmaktadır.

LTB'nde ana menüde yer alan 'Kurumsal' başlığı altında, tanıtıma yönelik analiz tablosunda yer alan 'Başkan' başlığıyla uyumlu olarak 'LTB Başkanı Mehmet Harmancı' sayfası yer almaktadır. Bu sayfada Belediye Başkanının özgeçmişi, faaliyetleri sırasında halkla birlikte çekilen fotoğraflarından oluşan bir arşiv, katıldığı TV programları ve videolar yer almaktadır. Gazimağusa Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Yönetim' başlığı altında 'Gazimağusa Belediye Başkanı İsmail Arter' sayfası yer almaktadır. Bu sayfada Belediye Başkanının özgeçmişine ulaşılabilir. Girne Belediyesi'nde ana menü üzerinde 'Başkan' başlığı yer almaktadır. 'Başkan' sayfası altında 'Başkan Sesleniş', 'Başkan Biyografi', 'Başkan Fotoğraflar', 'Başkan İletişim' sayfaları mevcuttur. 'Başkan İletişim' başlığına tıkladığı zaman vatandaşların başkan sekreteri e-posta adresi ve

irtibat numarasına ulaşabildiği görülmektedir. Gönyeli Belediyesi'nde 'Başkan' başlığı yer almamakta ve Belediye Başkanı özgeçmiş bilgileri de bulunmamaktadır. Ana sayfada Belediye Başkanı ile ilgili haberler yer almaktadır. Dikmen Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde bulunan 'Yönetim' başlığı altında yer alan 'Yüksel Çelebi' sayfasında Belediye Başkanı'na ait özgeçmiş yer almaktadır. Ayrıca Belediye Başkanı'nın faaliyetleri sırasında halkla birlikte çekilen fotoğrafları kısıtlı olmakla birlikte 'Haberler' başlığı altında yer almaktadır. İskele Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde yer alan 'Yönetim' başlığı altında yer alan 'Başkanımız' sayfasında belediye başkanının özgeçmiş, belde halkına mesajı ve başkana mesaj göndermek üzere kullanılacak form yer almaktadır.

LTB'nde ana menü üzerinde yer alan 'Lefkoşa' başlığı altında Lefkoşa'nın tarihi, Lefkoşa fotoğraf albümü, tarihi yerleri ve müzeleri, Lefkoşa'da düzenlenecek etkinliklerle ilgili takvim, şehre ulaşım bilgileri, acil telefon numaraları, bakanlıklar, muhtarlıklar, kaymakamlık, üniversite, sinema, oteller ve hastane telefon numaraları yer almaktadır. Lefkoşa'yı ve sahip olduğu tarihi unsurları tanıtıcı bir işlev gören bu başlık altında yer alan bilgiler, kenti tanımayan ve dışarıdan kent hakkında bilgi edinmek isteyen kişiler için önemli bir araçtır. Ancak web sitesinin sadece Türkçe dilde yapılandırılmış olması, tanıtımın sınırlı kalması ve özellikle dış tanıtım açısından büyük bir eksiklik olarak değerlendirilmektedir. Ayrıca ana menü üzerinde yer alan 'Online Hizmetler' başlığı altında yer alan 'Kent Rehberi' başlığına tıkladığı zaman vatandaşlar Lefkoşa Kent Rehberi sayfasından, adres, nöbetçi eczane, harita üzerinden yol bilgisi ('Şehir Haritası'), mülkiyet sorgu, önemli yerler ve kimlik no (e-vatandaş) bilgilerine ulaşabilmektedirler. Gazimağusa Belediyesi'nde ana menü üzerinde yer alan 'Kent Rehberi' sayfasında Gazimağusa tarihi, detaylı fotoğraf arşivi, lokasyonlar (eczane, hastahane, otel, mağaza, restoran, alışveriş merkezi, market v.b.), önemli telefonlar ile ilgili bilgiler mevcuttur. Ayrıca kent haritası ve planı da yer almaktadır. Web sitesi Türkçe ve İngilizce olarak iki dilde yapılandırılmış gibi görünse de İngilizce butonu tıkladığı zaman bilgiler Türkçe olarak yer almaktadır. Girne Belediyesi'nde ana menü üzerinde 'Şehre Bakış' başlığı altında 'Girne'nin Tarihçesi' başlığı ile Girne'nin tarihi yer almakta, 'Girne Limanı', 'Girne Kalesi', 'Gezi Yerleri', 'Müzeler' ve 'Sanal Tur' sayfaları da yer almaktadır. 'Sanal Tur' başlığına tıkladığında aktif olmadığı görülmüştür. KKTC'nin en önemli turizm şehirlerinden olan ve dünyanın bir çok farklı ülkesinden öğrencilerin bulunduğu bir üniversite kenti olarak Girne Belediyesi web sitesinde şehirle ilgi yazıların yeterli olmadığı görülmüştür. Ana sayfada yer alan 'Kent Rehberi' tıkladığında incelenen dönem içinde aktif olmadığı görülmüştür. Şehirle ilgili olarak ana menüde yer alan 'Online Hizmetler' başlığı altında, Sokak Haritası ve Turistik Girne Haritası görüntülenebilmektedir. Bunlara ek olarak ana sayfada eczaneler, Girne bölge durak noktaları, hava durumu ve acil telefon numaraları ilgili bilgiler de yer almaktadır. Web sitesi yalnızca Türkçe olarak yapılandırılmıştır. Gönyeli Belediyesi'nde Gönyeli tarihi yer almamaktadır. Gönyeli fotoğrafları, tanıtıcı videolar, etkinlikler mevcuttur. Ayrıca nöbetçi eczane bilgisi ve şehir haritası da web sitesinde bulunmaktadır. Dikmen Belediyesi'nde Dikmen ile ilgili bilgi veren yazılar yer almamaktadır. Gönyeli haritası mevcuttur. İskele Belediyesi'nde ana sayfa ve ana menü üzerinde yer alan 'Tanıtım' başlığı altında, ayrıca ana sayfada yer alan 'Kent Rehberi' başlığına tıkladığı zaman İskele hakkında fotoğraflar ve videolarla desteklenmiş zengin

bilgilere ulaşmak mümkündür. Gezilecek yerler, detaylı bir liste halinde nerede ne var, tarihi yerler ve müzeler, etkinlikler, hava durumu, önemli telefonlar v.b. birçok bilgiye web sitesi üzerinden ulaşılabilir. Bunlar yanında yine ‘Tanıtım’ başlığı altında Kıbrıs tarihi, Kuzey Kıbrıs, iklim yapısı, kültür ve sanat, Kıbrıs’ta alışveriş, tarihi yerler ve müzeler, Kıbrıs mutfağı, eğlence ve spor, gece hayatı gibi KKTC ile ilgili de detaylı bilgiler bulunmaktadır. Belediye web sitesinde sanal tur da yapılabilmektedir. Web sitesi hem Türkçe hem de İngilizce dillerde yapılandırılmış, ancak İngilizce menülerin bir çoğunda yalnızca başlıklar İngilizce’dir. Alt menülerde yer alan bilgiler Türkçe olarak yer almaktadır. Web sitesinde şehir haritası bulunmaktadır. Ayrıca ana menü üzerinde ‘Bizden Size’ başlığı altında yer alan alt menülerden biri olan ‘Basında İskele Belediyesi’ sayfasında İskele Belediyesi’ne ait haberlere yer veren gazete sayfaları mevcuttur. Diğer belediye web sitelerinde ana menü üzerinde yer alan başlıklar altında böyle bir alt başlığa rastlanmamıştır.

Sonuç

Günümüzde, tüm dünyada olduğu gibi KKTC’de de özel kuruluşlarda da kamu kuruluşları arasında yer alan belediyelerde de halkla ilişkiler faaliyetlerinin gerçekleştirilmesinde kurumsal web sitesi kullanımı çok önemlidir ve gerekliliktir. Bu çalışmada KKTC’de yer alan ve örgüt yapısı içinde halkla ilişkiler birimi bulunan LTB, Girne, Gazimağusa, Gönyeli, Dikmen ve İskele Belediyeleri web siteleri araştırma amaçları doğrultusunda incelenmiş; biçimsel özellikler ve tanıma ve tanıtmaya ilişkin olarak aralarında farklılıklar olduğu görülmüştür.

Araştırmaya konu olan belediyelerin geleneksel yöntemlerle yürütülen halkla ilişkiler faaliyetlerinin yanında, web sitelerinden de halkla ilişkiler amaçlı yararlandıkları görülmüş; literatür ışığında ortaya konan benzer çalışmaların bulgularıyla genel hatlarıyla benzerlikler gösterdiği de analiz sonucu ortaya çıkmıştır.

İncelenen belediye web sitelerinde halkı tanımaya yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlere genel olarak bakıldığında; belediyelerin yapacağı çalışmalar için hayati önem taşıyan, halkın belediye hakkındaki görüşleri, istek, beklenti ve şikayetlerinin bilinmesi ve bu çerçevede hizmet politikalarını oluşturması ve geliştirmesine yardımcı olacak tanıma yöntemlerinden biri olan kamusal anketlerin belediye web sitelerinde yer almadığı görülmüştür. Halkla ilişkilerin kullanabileceği en önemli araçlardan olan ve ‘‘yönetimin çözmesi gereken sorunların gerçek niteliklerini ortaya koyarak, halk gözünde sorunun nasıl anlaşıldığını ve neler yapılması gerektiği konusunda ön bilgi verici bir araç konumunda olan kamuoyu araştırmalarının’’ (Kazancı, 2004; 144) web sitelerinde yer almaması önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmiştir. KKTC’de yer alan belediyelerin ekonomik sıkıntıları düşünülerek; eldeki yetersiz kaynakların kullanımında ekonomik bir çözüm getirmesi açısından da bu anket çalışmalarının web siteleri üzerinden yürütülmesi önemlidir. Kamu yönetiminde kurumun yaptığı hizmetlerle ilgili halka bilgi akışı sağlanması amaçlanan çağrı merkezi/şikayet istek hattı ihtiyacı son yıllarda hızlı bir şekilde yaygınlaşmıştır. Kurumun dışardan nasıl görüldüğünü ve halk beklentilerinin ne olduğunu daha iyi anlamının ve bölgede yaşayanların istek ve şikayetlerini hızlı

bir şekilde ilgili yerlere ulaştırmalarına yardımcı olan bu uygulamanın belediye web sitelerinin bazılarında yer almaması, halkın beklentilerine uygun, hızlı ve verimli hizmet üreten belediye yönetimlerinin toplum içinde yaratacağı olumlu izlenimler ve halktan güven ve destek sağlanması anlamında kullanılması gereken önemli bir araç olarak geliştirilmesi gereklidir. Belediye yöneticilerinin hizmet sunduğu yerel halk ile yakın ve sürekli ilişkiler içinde olması, onların her konudaki görüş, katkı ve eleştirilerine duyarlı olması, çağdaş belediyeceilik anlayışında önemli bir yer tutar. Bu çerçevede incelenen belediyelerin bazılarının web sitelerinde doğrudan başkana ulaşabilme özelliğinin geliştirilmesi gereklidir. Belediyelerin, hedef kitlelerini oluşturan vatandaşların teknolojiyi kullanma eğilimlerinin saptanmasında önemli bir araç olan ziyaretçi sayısı özelliğinin, incelenen belediyelerin birçoğunda yer almaması yine bir başka önemli eksiklik olarak değerlendirilmiştir. Ayrıca tanıma başlığı altında ele alınan yeni iletişim teknolojilerinin kullanım alanı olan SMS ve WAP yolu ile belediyelere ulaşma seçeneğinin incelenen tüm belediye web sitelerinde mevcut olmadığı görülmüştür. Halk ile belediyeler arasında günlük işlerin sorun haline dönüşmemesinde, bürokrasinin ve kırtasiyeciliğin mümkün olduğunca azaltılmasında bu teknolojilerin avantaj sağladığı bilinmektedir. Sonuç olarak çalışmada belediye web siteleri aracılığıyla tanıma faaliyetlerinin gerçekleştirildiği ancak önemli eksiklikleri de içinde barındırdığı ortaya çıkmıştır.

İncelenen belediye web sitelerinde belediyeyi tanıtmaya yönelik olarak gerçekleştirilen faaliyetlere genel olarak bakıldığında ise; “hedef kitlenin genel olarak aydınlatılması, yönetimin aldığı kararların açıklanması, gerçekleştirilen uygulamaların vatandaşlara duyurulması, karmaşıklaşan günümüz kuruluşlarının işleyişleri, işlemlerin nasıl yapıldığı, işlemlerin neler olduğu gibi yönetilenin bilgilendirilmesi, bilgi eksikliğinin giderilmesi, sorunlu noktalarda hedef kitleyi bilgilendirme çalışması ve kamuoyu oluşturmaya yönelik faaliyetler olarak tanımlanabilen” (Kazancı, 2004: 73) bu başlık altında, web sitelerinin belediyeleri tanıtmaya amaçlı olarak kullandığı ancak özellikle incelenen bazı belediye web sitelerinde Belediye Meclisi, meclis kararları, müdürlük ve müdürlük faaliyet raporları ve organizasyon şemalarına yer verilmediği tespit edilmiştir. Bu eksiklikler, halkla ilişkilerin yürütülen hizmetler hakkında topluma bilgi ve hesap vermek, belediye ve toplum arasında en yüksek oranda uyum, işbirliği ve güven tesis edebilmek, bunları geliştirmek ve korumak amacıyla dürüstlük, açıklık ve tutarlılık ilkeleri çerçevesinde kodlanarak etkili bir iletişim modeli oluşturmasının önünde birer engel olarak değerlendirilmiştir. Tanıtma çalışmalarında bu eksikliklerin giderilmesi, vatandaşların belediye yönetiminin her aşamasında sorumluluğa ortak olan ve onu denetleyen bir halk haline gelmesine yardım edeceği gibi; şeffaf ve hesap sorulabilir bir belediye yönetimi anlayışına da katkı koyacaktır. Ayrıca belediyelerin dışa açılan penceresi olarak kurumsal web sitelerinin çoğunda dil seçeneğinin olmaması toplumun farklı kesimlerine hitap etmek ve özellikle dış tanıtım açısından önemli bir eksiklik olarak değerlendirilmiştir. Yapılan araştırma sonucunda, incelenen belediyeler arasında LTB'nin halkla ilişkiler çalışmalarında web sitesi kullanımının diğer belediye web sitelerine kıyasla daha üstün özellikler sergilediği söylenebilir.

KKTC'nde de hizmetleri ve personelleri sıklıkla eleştirilen, ölçeklerinin küçüklüğü ve fiziki olarak halka yakınlığı nedeniyle denetime daha açık olan belediyelerin çift yönlü iletişim sürecine işaret eden başarılı halkla ilişkiler çalışmaları gerçekleştirmesi

çağın gerektirdiği araçlardan optimal düzeyde yararlanması ile mümkün olacaktır. Yapılan çalışma ile; incelenen belediye web sitelerinde eksikliklerinin yanında tanıma ve tanıtmada oldukça yol alınmış olduğu görülmektedir. Bunun yanı sıra, bir iletişim ve etkileşim aracı olarak web sitelerinin tüm potansiyelinden yararlanılmadığı, vatandaş-belediye arasında katılımcı bir elektronik ortam sağlanabilmesi yönünde çalışmalar yapılması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede incelenen belediye web sitelerinin 'etkileşimlilik' ve 'vatandaşın katılımcılığı' boyutlarında ne ölçüde kullanıldıklarının ve bu özellikleri kurumsal web sitelerine nasıl yansıttıklarının özellikle vatandaşlar üzerine yoğunlaşan saha araştırmaları destekli yeni çalışmalarla ortaya konulması, ayrıca tüm dünyada olduğu gibi KKTC'de de son dönemde hedef kitlenin en fazla zaman geçirdiği sosyal ağların belediyelerde halkla ilişkiler çalışmalarında kullanımı üzerine araştırmalar yapılması son derece önemlidir. Bu çalışma ile, enformasyon çağında, e-dönüşümü hayata geçirmek açısından KKTC'nde de e-devlet ve önemli parçasını oluşturan e-belediyecilik uygulamalarına katkı koyması amaçlanmıştır.

Kaynaklar

Acılar, A. (2015). Küçük Şehir Belediyelerinde Web Sitesi ve E-Belediye Kullanımı: Bileceik Belediyesi Örneği. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 32, Retrieved from <https://dergipark.org.tr/en/pub/dpusbe/issue/4774/65732>.

Ashcroft, L. and Hoey, C. (2001). PR, Marketing and the Internet: Implications For Information Professionals. *Library Management*, 22, 68-74.

Aydede, C. (2001). *Teorik ve Uygulamalı Halkla İlişkiler*. Ankara: MediaCat.

Aktel, M. (2009). İl Belediye Web Sitelerinin İşlevselliği Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14 (2), 223-240.

Aydın, M. P. (2018). *Belediyelerde Halkla İlişkiler Aracı Olarak Sosyal Medya Kullanımı: Büyükşehir Belediyelerinin Twitter Hesapları Üzerine Bir İnceleme*. Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Bakan, Ö. (2008). Halkla İlişkiler Aracı Olarak İnternet. *Halkla İlişkiler*, Edt: Ahmet Kalender, Mehmet Fidan, 373-391, Konya: Tablet Yayınları.

Berelson, B. (1971). *Content Analysis in Communications Research*. New York: Hafner Publishing.

Başfıncı, Ç. (2008). Bir Pazarlama İletişim Medyası Olarak Web Ortamında İçerik Analizi Yapmanın Güçlükleri ve Olası Çözüm Önerileri. *Yönetim*, 19 (61), 52-71.

Bıçakçı, İ. (2004). *İletişim ve Halkla İlişkiler Eleştirel Bir Yaklaşım*. İstanbul: MediaCat.

Boztepe, H. (2013). Halkla İlişkilerin Kurum ile Hedef Kitle Arasında İlişki Oluşturma Amacı ve Kurumsal Web Sayfalarının Diyalojik Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanımı. *Akdeniz İletişim*, (20), 111-128.

Bülbül, R. (1998). Halkla İlişkiler. Konya: Paragraf Dizgi ve Tasarım.

Capriotti, P. and Moreno, A. (2007). Corporate Citizenship and Public Relations: The Importance and Interactivity of Social Responsibility Issues on Corporate Websites, *Public Relations Review*, 33.

Çakmak, V. (2008). Üniversite İnternet Sitelerinin Kurum İçi Halkla İlişkiler Açısından İşlevselliği Selçuk Üniversitesi İnternet Sitesi Üzerine Bir Araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya.

Çakmak, A. F. ve Kilci, S. (2011). Kamu Yönetiminde Halkla İlişkilerin Yeri ve Önemi. *Kamu-İş*, 11 (4), 219-270.

Duke, S. (2002). Wired Science: Use of World Wide Web and E-mail in Science Public Relations, *Public Relations Review*, 28 (3), 311-324.

Gower, K. K. and Cho, J.Y. (2001). Use of The Internet In The Public Relations Curriculum, *Journalism & Mass Communication Educator*, 56 (2), 81-92.

Gürüz, D. (1995). Halkla İlişkiler, Reklam Ajansları İşletmeciliği ve Yönetimi. İzmir Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Yayınları. (7).

Haig, M. (2000). E-PR: The Essential Guide To Public Relations On The Internet, UK: Kogan Page.

Holtz, S. (1999). *Public Relations On The Net*. NewYork: Amacom.

Kazancı, M. (2004). *Kamuda ve Özel Kesimde Halkla İlişkiler*. Ankara: Turhan Kitabevi.

Kent, M.L. and Maureen, T. (1998). Building Dialogic Relationships Through the World Wide Web. *Public Relations Review*, 24, 21-334.

Kim, S. and Jae-Hee, P. and Emma K.W. (2010). Expectation Gaps Between Stakeholders and Web-Based Corporate Public Relations Efforts: Focusing on Fortune 500 Corporate Web Sites. *Public Relations Review*, 36, 215–221.

Kohl, S. (2000). *Getting @ttention: Leading-Edge Lessons for Publicity and Marketing*. Boston: BH Publications.

Kotler, P. ve Lee, N. (2007), *Kamu Sektöründe Pazarlama - Kamu Kuruluşlarının Performansını Geliştirmek İçin Bir Yol Haritası*, Zeynep Kökkaya Chalar (Çev.), İstanbul: MediaCat.

Küçüksaraç, B. (2008). Toplumsal Örgütlenmelerde İnternet Aracılığıyla Halkla İlişkiler. Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli.

Levine, M. (2004). *Halkla İlişkiler: Bir Gerilla Savaşı*. (çev. G. Güney). İstanbul: Rota Yayınları.

Mecek, M. (2017). E-Devlet ve E-Belediye: Kavramsal Çerçeve ve Türkiye’de Belediye Web Sitelerine Yönelik Yapılan Çalışmaların İncelenmesi. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 22, Kayfor15 Özel Sayısı, 1815-1851.

Mert, Y. L. (2016). Kamu Kurumlarının Hakla İlişkiler Bölümlerinde Örgütlenme Sorunları ve Çözüm Önerileri, Akademia, 4/4, 136-154. doi:10.17680/akademia.09655.

Moon, J. (2002). The evolution of E-Government Among Municipalities: Rhetoric or Reality. Public Administration Review, (62) 4, 424-433.

New Jersey State University-Rutgers, Sungkyunkwan University (2003). Digital Governance in Municipalities Worldwide-An Assessment of Municipal Web Sites Throughout the World, New Jersey: United Nations Publication.

Okay, A. ve Okay, A. (2005). Halkla İlişkiler Kavram Strateji ve Uygulamaları. İstanbul: Der Yayınları.

Okay, A. ve Pelenk, A. (2006). Bir Halkla İlişkiler Aracı Olarak İnternet; Halkla İlişkiler Şirketlerinin İnternet Kullanımı. Yeni İletişim Ortamları ve Etkileşim Uluslararası Konferansı. Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi (1-3 Kasım). İstanbul, 377-384.

Onal, G. (2000). Halkla İlişkiler, İstanbul: Türkmen Kitabevi.

Searson, E. M. and Melissa, A. J. (2010). Transparency Laws and Interactive Public Relations: An Analysis of Latin American Government Web Sites. Public Relations Review, 36, 120-126.

Şenyurt, G. (2016). Belediyelerin Halkla İlişkiler Uygulamalarında İnternetin ve Sosyal Medyanın Kullanımı: Konya Merkez İlçe Belediyeleri Üzerine Bir İnceleme. İNİF E-Dergi, 1 (1), 44-67.

Peltekoğlu, F. B. (2007). Halkla İlişkiler Nedir. İstanbul: Betaş Yayınevi.

Sezgin, M. (2011). Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Halka Dönük Yönetim. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 1 (1), 93-120.

Özkanal, B. (2006). İnternetin Halkla İlişkiler Aracı Olarak Kullanılması: Açıköğretim Sistemine Yönelik Bir Model Önerisi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Halkla İlişkiler ve Tanıtım Ana Bilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.

Öztürk, M. C. ve Mine, A. (2007). Web Sayfalarının Halkla İlişkiler Amaçlı Kullanımı. Selçuk İletişim, 4 (4), 57-66.

Özüpek, M. N. (2010). Belediyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında İnternet Kullanımı: Büyükşehir Belediyeleri Web Siteleri Üzerine Uygulamalı Bir Çalışma. Selçuk İletişim Dergisi, 6 (3), 196-205.

Şat, N. (2008). Demokrasi İçin Bir Araç: E-Belediye. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul.

Tanyıldızı, N. İ. ve Karatepe, S. (2011). Beldiyelerin Halkla İlişkiler Çalışmalarında Web Siteleri: İki Farklı Ülke ve İki Farklı Belediye Analizi. *E-journal of New World Science Academy*, 6 (3), 521-537.

Tarhan, A. (2007). Halkla İlişkilerde Tanıma ve Tanıtma Aracı Olarak İnternet: Belediyelerin Web Sayfaları Üzerine Bir Analiz. *Selçuk İletişim*, 4(+), 75-95.

Tarhan, A. ve Bakan, Ö. (2013). Belediyelerde Halkla İlişkiler ve Vatandaş Algısı. Konya: *Literatürk Academia Yayınları*.

Taylor, M. and Kent, M.L., and White, W.J. (2001). How Activist Organizations are Using the Internet to Build Relationships. *Public Relations Review*, 27(3), 263–284.

Torlak, Ö. (1999). Belediyelerde Hizmet Yönetimi ve Pazarlama. Ankara: Seçkin Yayınevi.

Uğur, U. ve Uğur, S. S. (2013). Yeni İletişim Teknolojilerinden İnternetin Halkla İlişkiler Alanında Kullanımı: Bir Uygulama. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5, (1), 502-511.

Ülger, B. (2003). İşletmelerde İletişim ve Halkla İlişkiler. İstanbul: Der Yayınları.

Yalçındağ, S. (1996). Belediyelerimiz ve Halkla İlişkileri. Ankara: TODAİE Yayınları.

Yayınoğlu, P. ve Sayımer, İ. ve Arda, Z. (2007). Belediyelerin Kurumsal Web Sitesi Kullanımı Üzerine Bir İnceleme: Londra Büyükşehir Yönetimi ve İstanbul Büyükşehir Belediyesi Web Sitesi Ana Sayfalarının Karşılaştırılması. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (7), 129-157.

Çevrimiçi Ortamlarda Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük'te 65 Yaş Üstü Sokağa Çıkma Yasağı Tartışmaları

Hate Speech in Online Environments: Discussion of Curfew for Over 65 Years of Age in Ekşi Sözlük

Mahmut Akgül, Dr. Öğr. Üyesi, Erciyes Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-Posta: mahmutakgl@gmail.com

Anahtar Kelimeler:

Yeni Medya,
Ekşi Sözlük,
Nefret Söylemi,
Covid-19,
Yaşlılık.

Öz

Bu çalışma dezavantajlı bir grup olan yaşlı bireylere yönelik yeni medya ortamlarındaki nefret söyleminin üretim pratiklerine odaklanmaktadır. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte sıradan insanların içerik üretme imkanı elde etmesi beraberinde denetimsizlik problemini de getirmiştir. Hiçbir süzgeçten geçmeyen kullanıcı kaynaklı içerikler zaman zaman ifade özgürlüklerinin sınırlarını aşabilmekte, kişi hak ve hürriyetlerini hiçe sayan nefret söylemi örneklerine dönüşebilmektedir. Hedef alınan grup nefret yüklü söylemlere maruz kalıp sessizleşmekte ve toplumdan kendini soyutlanmaktadır. Bu gerçeklikten hareketle kaleme alınan çalışma, Covid-19 pandemisi tedbirlerinden olan 65 yaş üstü vatandaşların sokağa çıkma yasağı kararı üzerine Ekşi Sözlük'teki nefret söylemi pratikleri ortaya koymayı amaçlamaktadır. Ekşi Sözlük'ün 2011 yılında 'Nefret Söylemi Denetim Projesi'ni ortaya koyması örneklem seçiminde başlıca etken olmuştur. Elde edilen bulgular nicel ve nitel içerik analizi yöntemiyle incelenerek anlamlı görüşler ortaya konmaya çalışılmıştır. Yapılan incelemede 65 yaş üstü bireylerin toplum zararlısı olarak görüldüğü ve toplumsaldan soyutlanması gerektiği yönünde çok çeşitli nefret içeriklerine rastlanmıştır.

Keywords:

New Media,
Ekşi Sözlük,
Hate Speech,
Covid-19,
Elderliness.

Abstract

This study focused on the production practices of hate speech in new media environments towards old people who are a disadvantaged group. The problem of lack of inspection has been accompanied by the chance to be produced content by everyman via the new communication technologies. User-based contents that are not strained may exceed the limits of freedom of speech from time to time; related content may transform into hate speech examples spurn the rights liberties. The target group becomes quiet by being exposed to hate speech and detaches themselves from society. Our study that is based on this reality aimed to reveal the hate speech practices of Ekşi Sözlük on the curfew for over 65 years of age that is one of the precautions of Covid-19. Being revealed 'Hate Speech Control Project' by Ekşi Sözlük in 2011 was the primary reason for the sample preference. We endeavored to significantly opine by reviewing findings by quantitative and qualitative content analysis method. For findings, individuals over 65 are perceived as society pests; there is a need for detaching them from society.

Giriş

Modern toplumun enformasyon kaynağı olan geleneksel iletişim araçları, gönderici ile alıcı arasındaki ileti akışında gücü kontrol eden ve içeriği şekillendiren dominant özneler olarak toplumsal hayatta yerini almıştır. İzler kitle ile kitle iletişim arasındaki bu ilişkide herhangi bir etkileşim hatta ve hatta iletişim olmayıp, basit bir iletim süreci olarak işlemiştir. İzler kitle kitle iletişim araçlarının pompaladığı içeriğin üretim sürecinde aktif bir rol üstlenememekte, pasif alımlayıcıdan ileri gidememektedir. Postmodern çağın yeni iletişim teknolojileri ise bu tarihsel gerçekliği parçalamış ve alımlayıcıları aynı zamanda içerik üreticisi konumuna yükselterek eşitsizliği önemli oranda gidirmiştir. Özellikle Web 2.0 teknolojisiyle birlikte yaşanan gelişmeler geleneksel kitle iletişim araçlarının sarsılmaz iktidarı karşısına içerik üretebilen kullanıcıları çıkarmıştır. Artık kullanıcılar içerik üretebilmekte, kamuoyu oluşturabilmekte ve geleneksel medyanın gündemine girmeyen olay ve olgulardan alternatif gündemler yaratabilmektedir. Yeni medya teknolojilerinin sunduğu bu sınırsız olanaklar bir takım sorunları da beraberinde getirmiştir. Geleneksel medyada var olan eşik bekçiliğinin yeni medya ortamlarında bulunmayışı sınırsız ifade özgürlüğü alanı yaratmakla birlikte denetlenemeyen, kontrolsüz ve koşulsuz içerik üretimine imkan sunan riskli ortamlar sorununu ortaya çıkarmıştır. Bu ortamların kullanıcıya gerçek hayatta herhangi bir yükümlülük getirmemesi otokontrol mekanizmasını devreden çıkarırken, kullanıcıların gerçek duygu ve düşüncelerini ifade etmesine daha uygun bir zemin oluşturmaktadır.

Öznenin yükümsüzlüğü, otokontrolün devre dışı kalması ve denetimsizlik nedeniyle yeni medya ortamlarında oluşturulan içeriklerde kin, nefret, küfür, hakaret, kişi hak ve özgürlüklerine saldırı olaylarına sıkça rastlanmaktadır. İfade özgürlüğü zırhına bürünerek yapılan bu tip saldırı biçimlerinden biri de nefret söylemidir. Nefret suçlarına giden sürecin başlangıç evresi olarak kabul edilen nefret söylemi, kişi veya grupları etnik, dini ve cinsel kimliği, kronik hastalığı, fiziksel özellikleri, yaşı, cinsiyeti, coğrafi orijini, ideolojisi veya politik duruşu nedeniyle alçaltma, aşağılama, damgalama ve düşmanlaştırma şeklinde işleyen söylemsel bir pratiğidir. Bir arada yaşama kültürüyle birlikte ortaya çıkıp dışlayıp, ayrıştırma mantığıyla işleyen nefret söylemleri zaman zaman nefret suçuna dönüşebilmekte ve telafisi mümkün olmayan sonuçlara yol açabilmektedir.

Nefret söyleminin artık gündelik yaşamın bir parçası olup gelişen teknolojiyle birlikte daha sık karşılaşılan bir olgu olduğundan hareketle kaleme alınan çalışmada, Türkiye'nin ilk çevrimiçi sözlüğü olan Ekşi Sözlük'te 'Covid-19 Pandemisi' sürecinde sokağa çıkması yasaklanan 65 yaş üstü vatandaşlara yönelik nefret söylemi içeren mesajlar incelenmiştir. "21 Mart 2020 65 yaş üstüne sokağa çıkma yasağı" başlığı altında yer alan içerikler bir aylık süre sınırlamasıyla toplanmış, nicel ve nitel içerik analizi yöntemiyle incelenerek anlamlı görüşler ortaya konmaya çalışılmıştır.

Nefret Söylemi

İnsanlığın bir arada yaşamaya başlamasıyla birlikte ortaya çıkan toplum, birlikte yaşamının getirdiği ayrımları da doğurmuştur. Toplum bir yönüyle insanlar arasında

bir bütünlük sağlarken, diğer yandan da 'biz' ve 'öteki' diyalektiğini sürekli yeniden üretmiştir. İnsan doğasında var olan korumacı refleksle billurlaşan ayrımlar ötekileşmeye, yabancılaşmaya, en nihayetinde de nefrete dönüşmektedir. Nefret kavramı etimolojik olarak irdelendiğinde Antik Grekçe'de 'kedos', Latince'de 'odium', İngilizce'de 'hate/hatred', Almanca'da 'hassen', Fransızca'da 'haine' (Ataman, 2012: 50) şeklinde ifade edilmektedir. Türkçeye ise Arapçadan geçmiştir; "bir kimsenin kötülüğünü, mutsuzluğunu istemeye yönelik duygu" ve "tiksinme/tiksinti" anlamlarına gelmektedir (www.sozluk.gov.tr). Kavram epistemolojik olarak irdelendiğinde ise üzerinde anlaşılmiş bir nefret söylemi tanımının bulunmadığı gerçeğiyle karşılaşılmaktadır. Fakat bu uzlaşma eksikliği, nefret söyleminin kavramsal çerçevesinin çizilemeyeceği anlamına da gelmemektedir. Raphael Cohen-Almagor, nefret söylemini, bir şahıs veya grubu hedefleyen ve bu bireyleri doğuştan gelen bir takım mevcut ya da fark edilen özellikleri dolayısıyla, önyargıya dayalı, düşmanca ve kötü niyetli bir söylem olarak tanımlamaktadır (Alp, 2016: 150). Tarlach McGonagle ise "nefret söylemi geniş bir spektruma yayılan olumsuz bir söylemdir. Bu söylem esnek, çünkü nefretten yola çıkarak nefreti teşvik etmeye varabilen, suiistimale, aşağılamaya, hakarete, yermeye dayanan kelimeler ve sıfatlardan oluşan öte yandan da aşırı önyargılardan bağımsız olmayan bir söylemdir" (2001: 23) şeklinde tanımlar. Avrupa Konseyi Bakanlar Komitesi'nin, 1997 yılında kabul ettiği tavsiye kararında yaptığı tanımlama ise daha kuşatıcıdır; "İrkçi nefreti, yabancı düşmanlığını, Yahudi düşmanlığını veya azınlıklara, göçmenlere ve göçmen kökenli insanlara yönelik saldırgan ulusalcılık ve etnik merkezlik, ayrımcılık ve düşmanlık şeklinde ifadesini bulan, dinsel hoşgörüsüzlük dahil olmak üzere hoşgörüsüzlüğe dayalı başka nefret biçimlerini yayan, kışkırtan teşvik eden veya meşrulaştıran her türlü ifade biçimini kapsayacak şekilde anlaşılacaktır". Bu anlamda nefret söylemi mutlaka belirli bir kişiye veya gruba yönlendirilmiş yorumları içermektedir (Weber, 2011: 3). Tanımlardan da görüldüğü üzere nefret söylemiyle ilgili en ayırt edici özellik ideolojik yükü olan bir nefret unsuruna dayanmasıdır. Bu nefret, saygı duymama, hoşlanmama, onaylamama ya da başkalarını küçük ya da aşağılık görme ile aynı değildir. Nefret, düşmanlık, reddetme, zarar verme ya da yok etme arzusunu ima etmektedir (Kabasakal Badamchi, 2015: 56). Sıradan bir hoşlanmama durumundan farklı olarak şiddete varma olasılığı hiç de az olmayan nefret söylemini üç unsura dayandırmak mümkündür: 1) Nefret söylemi, belirli özellikleri nedeniyle bir kişi veya gruba yönelik olmalı; 2) Kişi veya grubun sahip olduğu özellikler olumsuz olarak nitelendirilmeli; 3) Olumsuz olarak nitelendirilen kişi veya grubun varlığı hoş karşılanmamalıdır (Demirbaş, 2017: 2697). Tüm bu bileşenler bir araya geldiğinde nefret suçuna, hatta ve hatta soykırıma kadar gidebilecek olan nefret piramidinin temeli atılmış olur.



Kaynak: Ataman, 2012, s. 62.

Nefret piramidinde de görüldüğü üzere anlam yüklü söylemler, önyargılar, damgalar ve stereotiplerle inşa edilmeye başlayan süreç, korkutucu olaylara zemin hazırlayabilmektedir. Önyargı, damga ve stereotipler genellikle kendine hiyerarşik üstünlük atfeden kimlik tarafından üretilir. Amaç, 'öteki' olarak tanımlanan kimliklere toplumdaki ikincil statülerini hatırlatmak, hadlerini bildirmek ve üstünlüklerini yeniden üretmektir (Yumul, 2013: 133). İkincil kimliklerin ötekileştirilmesine, kendisinden olmayanın haklarının gasp edilmesine, huzur ve barış ortamını tehdit eden bir toplumsal iklim yaratılmasına (Alp, 2016: 150) yol açan nefret söylemi, toplumdaki ana akım kültürden ya da alt kültürlerden öğrenilmektedir. Kültürel ve toplumsal faktörlere göre şekillenip dolayımlanması, doğal olarak da kuşaktan kuşağa aktarımı ortaya çıkarmaktadır (Cortese, 2006: 3). Kuşaktan kuşağa aktarılacak evrilegelen nefret söyleminin en belirgin sonuçlarından bir tanesi mağdurlarını sessizleştirmesidir. Onaylanmayan, düşmanca ve ön yargılı tavırlar içeren nefret söylemi; hedef gruplara yönelik incitme, kişisizleştirme, taciz, alçaltma, sindirme, görmezden gelme ve gaddarlığı teşvik etme amacı taşıyabilmektedir. Bunun sonucu olarak da hedef gruplar toplumsal hayat içerisinde gitgide daha pasif hale gelirler (Alğan ve Şensever, 2010: 16-17; İnceoğlu, 2013: 79). Mağdurlar yalnızlaşır, sosyal ilişkilerin dışına itilir, bazen de marjinalleştirilip terörize edilerek saf dışı bırakılır (Parekh, 2006'dan akt. Kalav ve Certel Fırat, 2017: 2211). Bu sayede hiyerarşik üstünlük iddiasında olan toplumsal grup veya gruplar meşruiyetlerini yeniden üreterek üstünlüklerinin sürdürülebilirliğini korurlar.

Yeni Medyada Nefret Söylemi

Nefret söylemi toplumsalın doğasında var olan bir söylem pratiğidir. Bununla birlikte nefret söylemine görünürlük kazandıran da kitle iletişim araçlarıdır. Özellikle yeni medya teknolojilerinin gündelik hayatta kullanımının yaygınlaşması nefret söylemi biçimlerini daha da görünür hale getirmiştir. Genel olarak etkileşimli, iki yönlü iletişim içeren ve telefon, radyo ve TV gibi eski ortamların aksine bir tür hesaplama gerektirecek olan dijital ortamları (Logan, 2010: 4) karşılayan yeni medya, toplumda ötekileştirilen kesimlere yönelik olarak nefret söyleminin üretim biçimini değiştirmiş (Cammaerts, 2009: 561), görünürlüğünü artırmıştır. Yeni medya ortamlarının özgürlükçü yapısı, nefret içerikli söylemlere dolayım olarak yayılma imkânını sağlarken, kişilere ve gruplara karşı, ırkçı düşüncelerin, öfkelerin ve nefretlerin denetimsiz bir biçimde ifade edildiği bir alana dönüşmektedir (Aygül, 2010: 111). Nefret söylemi bağlamında yeni medyayı geleneksel medyadan ayıran en önemli özellik de bu denetimsizliktir. Gerek doğrudan gerek de abartma, çarpıtma, ima ve kinaye gibi dolaylı yollardan gerçekleştirilen nefret söylemiyle, geleneksel medyada da karşılaşılmaktadır. Ancak yeni medya ortamlarında kullanıcılar da içerik üretimine katılabilmekte ve denetimsiz bir biçimde küfür, hakaret, aşağılama gibi daha görünür ve doğrudan biçimlerde nefret söylemi gerçekleştirilebilmektedir (Öztekin, 2015: 926; Aydos ve Aydos, 2019: 12). Bu denetimsizliğe ilave olarak yeni medyada nefret söyleminin oranının yükselmesine neden olan bir diğer özellik de kullanıcılarının anonimliğidir. Anonim olma halinin kişinin davranışlarını güçlü bir şekilde etkilediği

bilinmektedir ve anonim olduklarını hissettikleri durumlarda insanların daha saldırgan eğilimleri olduğu ispatlanmıştır. Kullanıcılar anonim kimlikleriyle bastırılmış hislerini ya da fikirlerini daha rahat ifade edebilmektedir (Mondal vd. 2017: 85). Bu anonimlik nefret içeren mesajların dolayımınanmasında da ortaya çıkar. Yeni medya ortamlarının kendine has özellikleri nedeniyle kolayca yayılan ve sıradan hale gelen (Binark, 2010: 11) nefret mesajları, kullanıcılar tarafından yorumlanabildiği için nefretin artarak büyümesine neden olur. Kullanıcıların yorumlar aracılığıyla tereddüt etmeden dolaşımın bir zinciri olmaya gönüllü olması, anonim kimliğin ve denetimsiz ağların kendilerine sunduğu konfordan ileri gelmektedir. Böylece nefret söylemleri kartopu gibi büyüyerek ilerlemekte ve nefret suçuna doğru evrilmektedir.

Nefret söyleminin üretildiği yeni medya ortamları da değişkenlik göstermektedir. Her ortamda aynı düzeyde nefret içerikli söylemler üretilmediği yapılan araştırmalarla ortaya konmakla birlikte Türkiye’de nefret söyleminin sıklıkla üretildiği ve paylaşıldığı başlıca yeni medya ortamları şu şekildedir (Aygül, 2013: 72-91);

- Okur Yorumlarında Nefret Söylemi
- Sosyal Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi
- Bloglarda Nefret Söylemi
- Mikrobloglarda Nefret Söylemi
- Sözlüklerde Nefret Söylemi
- Video Paylaşım Ağlarında Nefret Söylemi

Kullanıcılar bu ortamlarda yazılı ifadelerle, sözlük maddeleriyle, görsel içeriklerle veya video klipler aracılığıyla nefretlerini dışa vurabilmektedir. Kullanıcıların nefret ifadeleri çoğu zamanda bağlamdan uzaklaşmakta ve boyut değiştirebilmektedir. Dirini’nin okur yorumlarına yönelik yaptığı araştırmasında okur yorumlarının habere/ yazıya konu olan olaya ilişkin fikir beyanlarından ziyade fanatik/ taraf bildiren/hakaret içeren tarzlarda yazıldığı; haberin içeriğinden alabildiğince uzaklaşılırken, yorumcuların birbiriyle kavgaya tutuşabildiği ve kutuplaştığı ortaya konmuştur (Dirini, 2010: 69).

Tüm bunlarla birlikte yeni medya ortamlarında üretilen nefret söylemleriyle ilgili yanılgılar da yok değildir. Yeni medya ortamlarını toplumsal gerçeklikten bağımsız olarak ele alıp nefret söylemlerinin kaynağı olarak değerlendiren bir anlayış söz konusudur. Hâlbuki yeni medya ortamlarında üretilip yayılan duygu ve düşünceler toplumda var olan düşüncelerin yansımasıdır. Yeni medya ortamları sadece toplumun düşünce ve inanç yapısını etkileyen olguları yansıtan bir ayna işlevi görmektedir (Yazıcı, 2016: 123).

Araştırma Metodolojisi

Bu çalışmada çevrimiçi sözlüklerde kullanıcı kaynaklı üretilen içeriklerde bir dezavantajlı grup olan yaşlılar ve yaşlılığa yönelik nefret söylemlerini ortaya koymak amacıyla nicel ve nitel içerik analizi yöntemi benimsenmiştir. İletişim araştırmalarında

sıkça başvurulan yöntemlerden biri olan içerik analizi, medya içeriklerinin nesnel ve sistematize edilmiş nicel veriler olarak incelenmesine olanak sağlamaktadır (Berelson, 1952: 18). Metinsel verilerden sistematik ve nesnel sonuçlar çıkarmak için kullanılan bir araştırma tekniği olan içerik analizi nicel yönüyle ön plana çıksa da nitel boyutuyla metinsel analizlerin yapılmasında kolaylıklar sağlamaktadır. Araştırmada nitel içerik analizi yöntemiyle araştırma sınırlılıklarına dahil edilen içerikler çerçevelenerek analiz edilmiştir. Bu çerçeveleme işleminde de içeriklerde hangi yönlerin ön plana çıkarıldığı, hangi nedensellik ilişkilerine vurgu yapıldığı, hangi ahlaki değerlendirmelerde bulunduğu ve ne gibi önerilerde bulunduğu ortaya konmuştur. Çerçeveleme yapılırken uluslararası çalışmalardan yararlanılarak ve ülkeye özgü dil ve kültür farklılıkları dikkate alınarak belirlenmiş olan aşağıdaki nefret söylemi kategorileri çerçeve olarak benimsenmiştir (Sözeri, 2012: 209):

Abartma/Yükleme/Çarpıtma: Bir kişi ya da olaydan yola çıkarak bir topluluğa yönelik olumsuz genellemeler, çarpıtmalar, abartmalar, olumsuz atıflar içeren söylemler.

Küfür/Hakaret/Aşağılama: Bir topluluk hakkında doğrudan küfür, aşağılama, hakaret içeren söylemler.

Düşmanlık/Savaş Söylemi: Bir topluluk hakkında düşmanca, savaşı çağrıştıran ifadelerin yer aldığı söylemler.

Doğal Kimlik Ögesini Nefret Aşağılama Unsuru Olarak Kullanma/Simgelendirme: Doğal bir kimlik ögesinin nefret, aşağılama unsuru olarak kullanıldığı, simgeleştirildiği söylemler.

Ekşi Sözlük'te¹ “21 Mart 2020 65 yaş üstüne sokağa çıkma yasağı” (www.eksisozluk.com) başlığı altında yer alan yorumlar araştırmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırma, söz konusu başlık altına yasağın başladığı 21 Mart-21 Nisan 2020 Aralığında girilen yorumlarla sınırlı tutulmuştur. Bir aylık sürenin yeterli olacağı düşünülmektedir. Araştırmada diğer elektronik sözlükler yerine Ekşi Sözlük'ün tercih edilme nedeni, nefret söylemi konusunda geliştirdiği ve uygulamaya koyduğu ‘Nefret Söylemi Denetim Projesi’ adlı uygulamasının olmasıdır². Yapılan taramada 108 sayfada 1794 girdinin yer aldığı gözlenmiştir. 1794 girdinin hepsinin nefret içermeyeceği için sadece nefret yükü taşıyan girdiler araştırma sınırlılığına dahil edilmiştir. Mesajların nefret söylemi içerip

1 Ekşi Sözlük 15 Şubat 1999'da ‘Kutsal Bilgi Kaynağı’ sloganıyla kurulmuş interaktif bir bilgi paylaşım ortamıdır. Türkiye’de katılımcılık esasına göre işleyen ilk sözlük olan Ekşi Sözlük kavram ve konsept sınırlaması olmaksızın, herhangi bir konu, durum ya da kişi ile ilgili bilgi, haber ve yorum niteliği taşıyan ifadeler içeren, yazarlar tarafından açılan entry ‘giriş ya da kayıt’ ile metin içinde yer alan bağlantılar ve ‘bakınız’ şeklinde verilen linkler nedeniyle sonsuz çağrışımlara olanak veren paylaşımcı bir platformdur. Sözlük, sisteme üye olan kişilerin ‘yazar’ statüsüyle belirli konulara ilişkin fikir ve görüşlerini beyan etmesi esasına göre işlemektedir. (Ayrıntılı Bilgi İçin Bknz. ÖZTEKİN Hülya, (2015), Yeni Medyada Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği, Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi, Cilt: 8 Sayı: 38, s.930; GÜREL, Emet ve YAKIN, Mehmet (2007). Ekşi Sözlük: Postmodern Elektronik Kültür, Selçuk İletişim, 4 (4), s. 205.

2 2010 yılında başlatılan ve 2011 yılında uygulamaya konan ‘Ekşi Sözlük Nefret Söylemi Denetim Projesi’ kapsamında Sözlük'te paylaşılan ve ‘Ekşi Sözlük Nefret Söylemi Denetim Yönetmeliği’ne göre nefret söylemi tanımına uyan başlık ve ifadeler, ‘Nefret Söylemi Denetim Grubu’ tarafından incelenerek silinebilmektedir. Toplamda 4 entry’si nefret söylemi içerdiği için silinen yazarlar ‘çaylak’ yazar statüsüne düşürülmektedir. Çaylak yazar statüsüne gerileyen bir yazarın, nefret söylemi gerekçesiyle 2 entry’si daha silinirse Ekşi Sözlük’ten kaydı silinmektedir. (Ayrıntılı Bilgi İçin Bknz. <https://eksisozluk.com/eksi-sozluk-nefret-soylemi-denetim-projesi--2875131>)

içermediği ise Kanada İnsan Hakları Mahkemesi'nin nefret mesajlarına yönelik işaret ettiği on bir gösterge (Akdeniz, 2009: 57) referans alınarak belirlenmiştir (Bknz. Tablo 1).

Tablo 1: Kanada İnsan Hakları Mahkemesi Nefret İçeren Mesaj Göstergeleri

1	Güçlü tehdit özelliği	Hedef grup güçlü bir tehdit olarak betimlenmekte toplumdaki başlıca kurumları ele geçirip diğerlerini geçim. güvenlik, özgürlük ve mutluluktan mahrum bırakmaktadır.
2	Gerçek hikâye özelliği	Mesajlar, gerçek hikâyeler ve güvenilir kaynaklar kullanılarak hedef grupla ilgili olumsuz genellemeler yapmaktadır.
3	Yırtıcı hayvan özelliği	Hedef grup olarak çocuklar, yaşlılar ve zayıflar av gibi tasvir edilir.
4	Toplum sorunlarının nedeni damgası	Hedef grup, toplumdaki ve dünyadaki mevcut problemlerden sorumlu tutulur.
5	Tehlike ya da şiddet eğilimli damgası	Hedef grup doğası gereği tehlikeli olmakla suçlanır.
6	Yükümlülüğü yerine getirememe	Mesajlar hedef grubun yükümlülüğünü yerine getirecek vasıftan yoksun ve kötü olduğu yaymaktadır.
7	Uzaklaştırma/sürgün damgası	Mesajlar, bu grubun insanlardan, uzaklaştırılması, ayrı tutulması ve yok edilmesini sağlayarak, diğerlerinin bu grubun vereceği zarardan kurtulacağını yayarlar.
8	İnsanlık dışı özellik	Hedef grup, kıyaslamalar hayvanlar ve haşaratlar gibi zararlılarla ilişkilendirilerek insanlıktan çıkarılır.
9	Kışkırtıcı dil özelliği	Mesajlarda kışkırtıcı ve aşağılayıcı bir dilin aşırı nefret ve aşağılama için kullanılması durumudur.
10	Geçmiş bir trajedinin önemsizleştirilmesi veya kutlanması özelliği	Mesajların, hedef grubun üyelerini içeren geçmiş trajedi ya da zulmü önemsizleştirilmesi ya da kutlanması durumudur.
11	Şiddet eylemine çağrı özelliği	Mesajlarda hedef gruba karşı harekete geçme çağrısında bulunmaktadır.

Yapılan eliminasyon işleminden sonra toplam 131 sözlük girdisinin bu göstergelere göre nefret içerdiği tespit edilmiştir. Buna göre açılan başlık altında yer alan girdilerin yüzde 7,3'ünde nefret içerikli söylemler olduğu gözlenmiştir. Elde edilen içeriklerdeki maddi hatalar ve anlatım bozuklukları giderilmemiş, olduğu gibi yansıtılmıştır. Bununla birlikte içerikte yer alan küfürler sansürlenmek zorunda kalmıştır.

Araştırmaya Konu Edilen Olay Örgüsü

COVID-19 Pandemisi veya Koronavirüs Pandemisi; 1 Aralık 2019 tarihinde Çin'in Vuhan kentinde ortaya çıkan virüs salgını. Çeşitli hastalarda belirli bir neden olmaksızın gelişen ve tedavi ile aşılara cevap vermeyen bir zatürre görülmesi üzerine SARS-CoV-2 olarak adlandırılan yeni bir Koronavirüs teşhis edildi. İlerleyen zamanlarda dünyanın birçok ülkesinden virüs vakaları rapor edilmeye başlandı. 11 Mart 2020'de Dünya Sağlık Örgütü tarafından küresel salgın ilan edildi. Türkiye'deki ilk tespit edilen COVID-19 vakası Sağlık Bakanlığı tarafından 10 Mart 2020'de açıklandı. Ülkedeki virüse bağlı ilk ölüm ise 15 Mart 2020'de gerçekleşti. Hükümet, salgının yayılım hızını düşürmek

ve insanlar arasında sosyal mesafeyi korumak için ilk olarak 21 Mart'ta 65 yaş ve üstü kişilere sokağa çıkma yasağı uygulaması başlattı. Daha sonra bu kısıtlamayı 20 yaş ve altı çocuk ve gençleri de kapsayacak şekilde genişletti. Halka, ülke dışına seyahat etmemeleri ve ayrıca mecbur kalmadıkça evden çıkmama çağrısı yapıldı. Sınır kapıları kapatılıp ülkelerarası uçuşlar sınırlandırıldı (<https://tr.wikipedia.org/>).

Bulgular

Elde edilen veriler belirlenen kategorilere göre ayrıldığında aşağıdaki gibi bir dağılım ortaya çıkmaktadır (Bknz. Tablo: 2).

Tablo 2: Sözlük Girdilerinin Kategorik Dağılımı

Abartma / Yükleme / Çarpıtma	Küfür / Hakaret / Aşağılama	Düşmanlık / Savaş Söylemi	Doğal kimlik ögesini nefret unsuru olarak kullanma
37	30	64	0
%28.2	%22.9	%48.9	%0.0

Kategorik dağılım göz önüne alındığında en çok girdinin “Düşmanlık/Savaş Söylemi” başlığı altında yer aldığı görülmektedir. Toplam 131 girdinin 64’ü “Düşmanlık/Savaş Söylemi” kategorisinde yer almıştır. Bu da toplam rakamın % 48,9’luk kısmını oluşturmaktadır. 37 girdi ve % 28,2’lik oranla “Abartma/Yükleme/Çarpıtma” ikinci sırada; 30 girdi ve %22,9’luk oranla “Küfür/Hakaret/Aşağılama” üçüncü sırada yer almaktadır. “Doğal kimliği nefret unsuru olarak kullanma” kategorisine girecek hiçbir bir girdi bulunmamıştır. Bu veriler ışığında Sözlük yazarlarının yaşlılara karşı düşmanca bir tavır içinde oldukları ortaya çıkmaktadır. Yaklaşık olarak nefret içeren her iki mesajdan birinin düşmanca ve savaş çağırışımı yapan içerikte olması bu görüşü desteklemektedir.

Abartma/Yükleme/Çarpıtma

Yapılan kategorizasyon kendi içinde bir yapısal sınıflandırmaya tabi tutulduğunda ise abartılı ifadeler kategorisi yönünde baskın bir ağırlık ortaya çıkmaktadır. (Bknz. Tablo: 3)

Tablo 3: Abartma/Yükleme/Çarpıtma İfadelerinin Kategorik Dağılımı

Abartma	Yükleme	Çarpıtma	Toplam
19	9	9	37
%51,4	%24,3	%24,3	% 100

Abartma alt kategorisi toplam 37 girdinin 19’unu kapsayarak yüzde 51,4’lük bir oranla en fazla içeriği kapsayan kategori olarak ön plana çıkmaktadır. Abartma kategorisini 9’ar girdi ve %24,3’lük oranla Yükleme ve Çarpıtma kategorileri takip etmektedir.

Abartma kategorisi toplam girdilerin yarısını aşmaktadır. Yani bu kategoride oluşturulan her iki girdiden birinin abartılı ifadeler barındırdığı görülmektedir.

Abartma

Abartılı söylemler kapsamına dahil edilen 19 Sözlük girdisi incelendiğinde yorumların “geç kalınmış bir karar”, “sevindirici bir karar” ve “laf dinlemeyen huysuz ihtiyarlar” temalarında yoğunlaştığı görülmektedir. Oluşturulan içeriklerde bütün uyarılara rağmen sokaklarda gezen insanların büyük çoğunluğunun 65 yaş ve üzeri olduğu yönünde abartılı ifadeler kullanılmaktadır. Yaşlılar, “duyarsız”, “sorumsuz”, “yaramaz çocuklardan hiçbir farkı olmayan”, “laftan sözden anlamayan”, “toplum zararlıları” gibi abartılı ifadelerle betimlenmektedir. Gereklilik durumunda kolluk kuvvetiyle evlere kapatılması gereken tehlikeli varlıklar olarak lanse edilen yaşlılarla başka türlü baş etmenin mümkün olmadığı görüşünde birleşen yazarlar da az değildir. Yaşlıları kolluk gücü de durduramazsa ancak Azrail’in durdurabileceği gibi abartılı ve absürt ifadeler dikkat çekmektedir. Kontrol edilmesi güç, ele avuca sığmaz varlıklar olarak sunulan 65 yaş üstü bireylerle ilgili sert tedbirlerin çok daha önceden alınması gerektiği görüşünü savunan Sözlük yazarları, alınan yasağın geç kalmış da olsa sevindirici karşılamaktadırlar. Bütün parkların yaşlılarla dolu olduğu, toplu taşıma araçlarında yaşlılardan kimseye yer kalmadığı, bazı yaşlıların kendisini uyarana bıçak çekecek kadar gözü dönmüş canilere dönüştüğü gibi abartılı ve yaşlı bireyleri günah keçisi ilan eden içerikler dikkat çekicidir (Bknz. Tablo: 4).

Tablo 4: Abartma Temalı Sözlük Girdileri

Entry	Yazar
60 yaş ve üstü olsa daha iyiymiş, yine de güzel bir karar. bugün sokakta 100 tane adam gördüysem abartısız yüzde 80'i, 65 yaş ve üstü. en azından birbirlerine buluşturmazlar.	eoamt
geç kalınmış bir durum mu bilinmez ama olması gereken buydu. bizim yaşlılarımız çok değişik. adam için risk daha fazla olmasına rağmen dışarıya çıkmak için can atıyorlar bu yasağın gelmesi iyi oldu	necoza
yaramaz çocuklar gibi söz dinlemeyen ihtiyarlar için gelen yasaktır. akıl yaşta değil başta diye boşa dememişler.	burusmus a4 kagidi
kara komik bir durum aslında. güzellikle söylediler olmadı. bu insanlar bir de bilge olması gereken kısım.	lordofcinder
sadece sokağa çıkmaları değil insanlarla görüşmeleri de sınırlandırılmalı. ya 65 yaş altı birisinden bu virüsü kaparsa?	tekkisilikbirordu
çok güzel oldu, laftan anlamıyorlardı.	dedekorkut46
geç olsun güç olmasın yaşlı vatandaşlarımızın başka anlayacağı dil kalmadı. devletimiz gerekeni yapmıştır.	myazar25

artık yapacak bir şey kalmadı ki devlet ne yapsın. laftan anlamamaya devam etsinler bakalım	dedekorkut46
yerinde bir karar. bizim yaşlılar birlikte oturup, sohbet etmeyi çok severler. bu yüzden onları evde tutmak zor. ki zaten kendi aralarında sürekli komplo teorilerini ürettikleri için, kafaları da rahat. :) yani bizim yaşlılar işin ciddiyetini daha anlamış değiller.	cihooo
umarım dururlar. işçileri bakanlığı bile durduramazsa tek durduran azrail olur bu saatten sonra	tekgozlubillcarson
seni uyaranlara bıçak çekecek kadar çıldırmayacaktın işte dayı! geç alınmış bir karardır. durumun vehametinin daha da arttığını göstermesi bakımından üzücüdür.	minicooper
nihayet beklenen an geldi. çok doğru bir karar. fakat uygulaması nasıl yapılacak, bunu merak ettim. sınırlandı deniyor da pratik olarak bu kadar insanı nasıl kontrol altına alacaklar? kolluk kuvvetleri görev alacak tabii ama sokak aralarındaki mini parklar bile yaşlı başlı insandan geçilmiyor. her sokağı denetlemek mümkün değil.	antonia chigurh
sonunda yahu dedemi tutamıyorduk evde o pazar senin bu pazar benim geziyordu bakalım nasıl evinde kalacak merak söz konusu.	depresifmodun
müthiş mutlu etti bu haber beni. babam tansiyon ve şeker hastası ama evde tutamıyorum. bir arıyorum evdeyim diyor, bir arıyorum yine kaçmış. bugün görüntülü arıyor beni "bak inanmazsan maske taktım eldiven taktım" diyip gösteriyor. az önce aradım artık çıkmayacaksın diye diyor ki "o yasak bana değil o parklarda gezenlere, ben dükkana gidiyorum" bi çıksın hemen ihbar edeceğim.	mal de l amor
geç olsunda güç olmasıdır, bunun hafta başında yapılması gerekiyordu, laf söz dinlemeyen yaşlılarımız var, bu bile engel olmaz onlara, yakalasan ne diyecek belli, biz 15 temmuzda diye bağırp çağırır öyle kalırsın.	minijn
rahat rahat eshota bineriz artık...	yayunuscengelolmasa
şu mübarek gecede güzel şeyler de oluyor diyebildik sonunda. hayırlı olsun. hadi bakalım evlere yaşlı ve öfkeli.	pestosos
Şimdi laftan anlamayan yaşlı komşular düşünsün. bir komşum dün pazara gitmiş, virüslerle alışveriş yaptım diye kakhaha atıyordu.	kayisicekirdegi
yaşlıların başka türlü durdurulamayacağı belliydi. yerinde bir karar ama çok da geç kalınmadan iyi yapıldı. geçen günlerde bir viral video düşmüştü " lan yaşlılar evinize gidin " diye işte bu söylemin resmiyete dönmesidir.	vagrantsrkn

Yükleme

Sözlükte oluşturulan girdilerde salgının yayılmasının sorumluluğunu toplumdaki yaşlı bireylere yükleme eğilimi azımsanmayacak düzeydedir. "Abartma/Yükleme/Çarpıtma" kategorisinde yer alan 37 girdinin 9'u yükleme başlığı altında değerlendirilmiştir. Elde edilen veriler irdelendiğinde Sözlük yazarlarının alınan tedbirlerin yaşlı bireylerin hayatta kalmaları için alındığını, kendilerinin de sırf yaşlı bireyleri riske etmemek için

sokağa çıkmadıklarını iddia etmektedirler. Yaşlı bireylerin uyarıları dikkate almayarak sokaklarda ve ortak alanlarda dolaştıklarını, toplum sağlığını tehlikeye atacak şekilde hayatlarını devam ettirdiklerini ve salgının yayılım hızını artırabileceklerini ileri sürmektedirler. Yaşlıların bu tavırlarını “şımarıklık”, “sorumsuzluk” ve “bilinçsizlik” gibi sert ifadelerle dile getirmektedirler. Pandemi sürecinin en zayıf halkası olarak yaşlıları gösteren kimi Sözlük yazarlarına göre genç nüfus konuya yeterince duyarlıyken, yaşlılar ise duyarız ve sorumsuz davranmaktadırlar. Bu tavırları da salgını tetikleyen bir unsur olarak toplum sağlığını olumsuz etkileyebilir. Yaşlı ve genç arasında yapılan bu diyalektik ilişkiyle yaşlı bireyler ötekileştirilip toplumsal sorunların potansiyel kaynağı olarak gösterilirken daha genç bireylerin toplumsal yaşama pozitif etki yarattığı gibi bir alt metin ortaya çıkmaktadır. Tüm bunlar göz önünde bulundurulduğunda suçu yaşlılara yükleyen Sözlük yazarları yasağın yerinde olduğu görüşünde birleşmektedirler (Bknz. Tablo: 5).

Tablo 5: Yükleme Temalı Sözlük Girdileri

Entry	Yazar
yerinde bir genelge. sen keyfin için dışarı çıkıp toplum sağlığını tehlikeye atamazsın. otur oturduğun yerde... çıkana da kesin cezayı bazı şeylerin farkına varsın.	rock vale
yerinde ve doğru bir karar. zira hem kendi canlarını hem de başkalarının canlarını tehlikeye atıyorlardı.	o yes jeans
yerinde bir kadar. yoksa bizim bu yaşlılarda öz denetim becerisi sıfır. salgına karşı bir zincirin en zayıf halkası kadar güçlüyüz.	kurmay er
gençlerin çoğu bilinçli bir tek yaşlıları ikna edememiştik onları da sokağa çıkma yasağıyla durdurabiliriz umarım. çok yerinde bir adım ama keşke daha önce alınsaydı bu karar.	mana heal pot
iyi oldu, biz zaten onlar için çıkmıyorduk dışarı.	kabile dovmesiistiyom
65 yaş ve üstü insanların sorumsuzluğu herkesi olduğu kadar devleti de zivanadan çıkararak haklı bir karar almasına neden oldu.kararı takdir ediyorum.	fatih tok
son zamanlar alınan en doğru kararlardan birisi. ben birkaç gündür şunu farkettim gençler olayın çok daha ciddiyetideyken ve evden dışarı pek çıkmıyorken, bu yaşlılar (sanki kendileri risk grubunda değilmiş gibi) habire geziyorlar.	darneshour05
şımarıklığımızdan tiksiniyorum dışarı çıkan yaşlılar. yoğun bakımda, çalışan bir hekimim, gecem gündüzüm birbirine girdi, corona virüs tanısı almış 5 tane kesin hastamız var, daha hayatımın baharında tükendim, hala dışarıda gezip oturuyordunuz. karantina ühü ühü diye ağlıyorsunuz, keşke karantinada olmak gibi lükslerim olsa, keşke evde canım sıkılsa. karantina lükstür kıymetini bilin.	lioness in the cage
iyi olmuştur, biz zaten onlar için dışarı çıkmıyorduk.	kabile dovmesiistiyom

Çarpıtma

Çarpıtma kategorisinde değerlendirilen 9 sözlük girdisine bakıldığında gerçeklikle

bağı kopartılmış dışlayıcı ve ötekileştirici ifadelerle sıkça başvurulduğu dikkat çekmektedir. 65 yaş üstü bireyleri polisle çatışan anarşist grup olarak nitelendirmeleri, bu çarpıtma pratiklerinin en dikkat çekici olanıdır. Yaşlı bireyler nefret içerikli metaforlarla marjinalleştirilerek toplum zararlısı varlıklar olarak gösterilmektedir. Bir diğer çarpıtma pratiği olarak varsayımlar ve komplo teorileri dikkat çekmektedir. Sokağa çıkamayan yaşlıların çıkanlara beddua edecekleri, balkonlardan sokakta yürüyen insanların kafalarına tükürecekleri ve sabaha karşı gizlice sokağa çıkabilecekleri dikkat çeken varsayımların bazılarıdır. Çarpıtma pratiklerinde yaşlı bireylere yönelik nefret söyleminin mantıksal sınırları aşan analogilerle ifade edilmesi şaşırtıcıdır (Bknz. Tablo: 6).

Tablo 6: Çarpıtma Temalı Sözlük Girdileri

Entry	Yazar
oh bee sonunda. hadi oturun şimdi evinizde. devletimiz dışarı adımlarını atmaya kalktıkları anda okkalkı okkalkı ceza keser bunlara umarım. yetmez ama evet. umarım doğru düzgün denetlenir. zira polisle çatışan bu gözü kara anarşik grubu sadece sokağa çıkmanız yasak demek engeller mi sanmıyorum. bir yaptırım olmalı.	the pretty reckless
sonunda. laf dinlemiyorlar asla. iç içe yaşama derdindeler. zamanla yaş kapsamı genişletilecek gibi duruyor	dirtytalker
ankara ulus meydanı nihayet rahat bir nefes alacak.	kimmeryali berber
balkondan içeri girmeyip gelene geçene beddua ederek kafalarına tükürmelerine sebep olacak karardır.	siriseng
yaşlı ve dindar tayfa biraz da teslimiyet duygusuyla böyle cesur davranıyor. "allah canımızı alacaksa evde de alır" düşüncesi bunlarda hakim. nasıl ikna edersiniz bilmiyorum; bizimkileri boğularak ölmek istemiyorsanız evde oturun diye tutuyoruz. zor zamanlar gerçekten.	simbolmina
bunlar şimdi gece 12'ye kadar dışarıda oturur	metal g kuvveti
sabah herkes uyurken gizli gizli çıkmazlarsa birşey bilmiyorum. kapıları kitleyin anahtarları da saklayın.	kingstark
görücez şimdi kim anarşik ??	tomrishatun
aman da aman siz payklara gidemeyecek misiniz? hee? gidemeyecek misiniz siz payklara?	robert denir ona

Küfür/Hakaret/Aşağılama

“Küfür/Hakaret/Aşağılama” kategorisi kendi içinde kategorize edildiğinde homojen bir dağılımın olduğu görülmektedir (Bknz. Tablo: 7).

Tablo 7: Küfür/Hakaret/Aşağılama Girdilerinin Kategorik Dağılımı

Küfür	Hakaret	Aşağılama	Toplam
10	11	9	30
%33,3	%36,6	%30,1	%100

Toplam 30 girdinin yer aldığı kategoride 11 girdi ve %36,6'lık oranla hakaret başı çekmektedir. Bunu 10 girdi ve %33,3'lük oranla “küfür” takip ederken, 9 girdi ve

%30,1'lik oranla aşağılama üçüncü sırada yer almaktadır. İçeriklerin niceliksel değerleri birbirine yakınlık göstermektedir.

Küfür

“Küfür/Hakaret/Aşağılama” kategorisi kendi içerisinde yapısal ayrıma tabi tutulduğunda nispeten dengeli bir dağılım göze çarpmaktadır. Toplam 30 girdinin yer aldığı temada 10 küfür temalı girdi olup, bu da toplam rakamın % 33'üne karşılık gelmektedir. Girdiler incelendiğinde yaşlı bireylere yönelik toplumdaki nefretin boyutları dikkat çekicidir. Sözlük yazarlarının sarf ettiği küfürlerle nefretin boyutları arasında doğrusal bir ilişki olduğunu kabul edersek ortaya vahim bir tablo çıkmaktadır. Türk toplum yapısında sorgulanamaz bir norm olarak bilinen büyüğe saygı ve hürmet gibi değerlerin önemli oranda aşındığı ortaya çıkmaktadır. Yazarlar, 65 yaş üstü yurttaşları ağza alınmayacak küfürlerle, hakaretlerle anmaktadır (Bknz. Tablo: 8).

Tablo 8: Küfür Temalı Sözlük Girdileri

Entry	Yazar
sonunda ‘.....’ indireyim bu şımarık moruklar yüzünden hastanelerde yer bulamayacaktık	iskekulzos
İyi oldu ‘...lar’ hepimizi öldürecekti yoksa.	mangalseven
Emekli maaşını ‘s.....’ hüzne boğan yasaktır.	kuyruk yagi
oh be ‘a.... k.....’ antropoz tayfası.	sabresenko
kronik hastalara de gelmiştir.kalp hastası olan ben ‘..mk’ dedeleri yüzünden zorunlu işlerimi halledemeyeceğim.	supralovers
+ dede sokağa çıkman yasaklandı - ölüm allahın emri oğlum + ‘..mk’ dedesi çıkmaman gerekiyo işte	nicktenmahrum
sevdiğim bir haber hatta sokakta 65 yaş üstü insan gördüğümde ihbar edeceğim. ‘...mk’ bıçak çekersin ha.	kovalakus sapiens
vallaa gerizekali yaslilar sozum size kimsenin sizi dusundugu falan yok bosuma mikrop kapip ya da kaptiginizi sanip hezeyanlarla hastaneye gidip oralari doldurup hem doktorlari hem hekimleri hem de degerli butun techizatleri bok etmeyin diye sizi dusunuyolar. valla ne diyim corona su yobazlardan daha zeki bence.	babam beni sevmedi
dinleyin ulan moruklar! arkadaşlar arasında götü yer bulmamakla bilirim. işten arta kalan vakitleri gezip tozmaya geçiririm.. iş biter sağa sola takılırım. tek olsam bile gider dışarıda bir kahve içer ya da parkta temiz hava alırım. şimdi sayın moruk ben böyle bir hayat yaşıyorken bir haftadır eve kapattım kendimi. neden biliyor musun? bu virüsün yayılmasında payım olmasın diye. bu vebale ortak olmamayım diye. ben böyle yaşıyorken sen ne ‘s.....’ dışarıda fink atıyorsun ‘..mk?’	last pirate jack sparrow
uygulanması imkansıza yakın olan yasaktır. nasıl durduracaksınız bunları? para cezası mı ? bugün bir tanesi muhabire bıçak çekip tehdit etmiş o adamın umurunda olur mu yasak ? camiler kapatıldı diye cami kapılarını kırmaya çalışan davarlara bile bir şey yapılmıyor.	cedrina

Hakaret

Hakaret teması kapsamında değerlendirilen Sözlük girdileri irdelendiğinde küfür kategorisinin bir seviye daha yumuşatılmış hali şeklinde bir nitelendirme yapmak yanlış olmayacaktır. Yaşlı bireylere yönelik nefret tutumunun çeşitli kavramlarla ifade edildiği görülmektedir. Bunlardan “moruk”, “mal”, “çomar”, “şımarık”, “oksijen israfı”, “serseri mayın” ve “vatan haini” gibi hitaplar en sık karşılaşılanlardır. Yazarlara göre yaşlı bireyler “gebermesi gereken” zararlı canlı türleridir. Pandemi sürecinde bu “zararlı canlı” türleri toplum için bir kamburdan, bir ayak bağından farksızdır. Dolayısıyla toplumdan ayrılması, yalıtılması ve verecekleri zararların minimize edilmesi lazımdır. Bir diğer dikkat çekici nokta ise kimi yazarların yaşlı bireylere “lan” şeklinde hitap etmesidir. Yaşlı bireyleri toplumsal sınıfların en altına konumlandıran bir anlayışın dışavurumu olan bu hitap şekli, genç bireylerle yaşlı bireyler arasındaki zihniyet çatışmasını özetler niteliktedir (Bknz. Tablo: 9).

Tablo 9: Hakaret Temalı Sözlük Girdileri

Entry	Yazar
yerinde bir karar. hem kendi sağlıkları hem toplum sağlığı açısından doğru bir karardır. bazıları serseri mayın gibi dolaşıyordu.	ferrarisini geri alan bilge
bunları kimse engelleyemez. bu ülkenin yaşlısı ayrı mal, genci ayrı mal. milleti yurtlarda karantinaya alıyorlar, kaçıyorlar. camiler kapatılıyor ama tekmeleyerek ve bağırıp çağırarak zorla girmeye çalışıyorlar. yaşlılar çıkmasını deniyor hepsi banklara tünemiş. kalabalıkta durmayın deniyor asker uğurlaması yapılıyor. canınız önemli deniyor, hayatınız söz konusu deniyor ama istanbul’un sahil hattını bugün hepimiz gördük. bu böyle olmaz, hepimiz çıkıp sokakları yalayalım nolacaksa olsun madem.	mukemmelliği hizlandiramayan adam
acil gelmesi gereken yasaktır. bu moruklarla başka türlü başa çıkılamayacak anlaşıldı.	corsairsgold35
otursunlar evlerinde oksijen israfları.	solskjaer
sonunda be sonunda!!!! şımarıklığınız leş zihniyetiniz yetti artık!! bugünden sonra dışarda yaşlı avcılığı yapacam ‘..mk!!!’	belbele
şükür çıktı. gerçi ihtiyar çomarlarda kafa ne gezer yine çıkar bunlar. eh o zaman da hıfzısıhha kanunu uyarınca cezada keserler umarım.	apo kadri
bir işe yaramayacak..bu moruklar evde durmaz denetlenmesi olmaz..vakalar artınca herkes için sokağa çıkma yasağı uygulanacak..az sabır!	nick mi o ne la
sokakta görülen dede veya nenenin emekli maaşının onda biri kesilsin ve ihbar eden kişiye harçlık ölümüne ne kadar yakın yaşarsan okadar az korkarsın. ‘s.....’ bile olmaz rahata tak morukkk	ecii
geberin ‘..mk’ bu saatten sonra hala sokaktaysanız. devletin yaptırım gücü mü kalmadı artık bu ne boşvermişlik ?	mstfdrms
bak 155 i ararım, hain, vatan haini	yabgu17
lan yaşlılar girdiniz mi içeri.	keskin

Aşağılama

Aşağılama biçimleri de küfür ve hakareten geri kalmamaktadır. Aşağılama kategorisinde değerlendirilen sözlük girdileri de öncüllerine benzerlik göstermektedir. Sözlük yazarlarına göre yaşlı vatandaşlar “laf anlamaz”, “vurdumduymaz”, “utanmaz”, şiddetle terbiye edilmesi gereken işe yaramaz sürüsüdür. Gününün önemli bir kısmını parklarda ve bahçelerde pinekleyerek geçiren yaşlı bireyleri sokak hayvanlarına benzeten

yazarlar da vardır. Onlara göre yaşlıları “belediyenin toplaması” gerekir. Kimi sözlük yazarları da yaşlı bireyleri anayasal düzenin dışında konumlandırır. Onlara göre yaşlılar anarşist ruhlu ve yasal sınırlar içinde kalamayacak toplum zararlılarıdır. Ancak ve ancak meşru şiddet kullanılarak dizginlenebilirler (Bknz. Tablo: 10).

Tablo 10: Aşağılama Temalı Sözlük Girdileri

Entry	Yazar
polis sürekli anons yapıyor " 65 yaş üstü vatandaşlarımızın sokağa çıkma yasağına riayet etmesi rica olunur aksi takdirde para cezası uygulanacaktır " diye. lan balkondan bakıyorum polis aracı ilerledi amcanın biri çıktı apartmanın içinden yolda yakalandı polis zorla apartmana soktu geri. resmen anarşik bunlar. içlerindeki anarşist çıktı ortaya. dışarda napıcaksınız ‘.mk’ ya şaka gibi 15-20 gün çıkmayacaksınız evinden lan işte. kimseye bulaştırmayacağınızı bilsek umrumuzda olmazsınız zaten de kırın kışını oturun evde şu dönemde.	hayatin olagan akisi
uyanı ‘z.....’ galiba? her taraf daha sabahtan ihtiyar dolu ‘...mk!’	agir abi
akşam haber kuşağında park ve bahçelerde yine pineklediklerini görürüz, iplemiyorlar maalesef çok cahiliz.	ping timeout
pazar sabah saat 9 itibariyle yolun kenarından fiti fiti yürüyen bir çift yaşlı insan gördüm bile. ulan normal zamanda pazar sabahın 9unda insan olmaz sokakta, böyle bir zamanda nereye gidiyorsunuz ‘aq.’	atticusfinch
çıkanların maaşına el konmadığı sürece anlamı yok. inatla çıkanlar dövülebilir hatta. bank sökülünce taş duvara oturanlar engel olunamıyor cahillğe	spetsnaz
çok mantıklı. ekonomimiz rezalet bir durumda olduğu için genel olarak sokağa çıkma yasağı ilan edilemiyordu. en azından bu vurdumduymaz yaşlıların çıkmasının engellenmesi akıllıca.	agitoxin
evet evet evet!!!! evinizde oturun dendi ama alayınız sokaklarda gezdiniz. şimdi oturun evinizde. insanların canını hiçe saydınız ve utanmadınız.	bili Jackson
keşke belediyeler dedeleri sokaklardan toplasa.	davulkafa
kimse laftan sözden anlamayan insanlar yüzünden hasta olmak zorunda değil.	01:09 bay dg

Düşmanlık/Savaş Söylemi

“Düşmanlık/Savaş Söylemi” kategorisi kendi içinde kategorize edildiğinde oransal uçurum göze çarpmaktadır (Bknz. Tablo: 11).

Tablo 11: Düşmanlık/Savaş Söylemi İfadelerinin Kategorik Dağılımı

Düşmanlık	Savaş Söylemi	Toplam
20	44	64
%31,2	%67,8	%100

Toplam 64 girdinin yer aldığı “Düşmanlık/Savaş Söylemi” kategorisinde 44 girdi

savaş söylemi niteliği taşımaktadır. Bu da toplam içeriğin % 67,8'ine karşılık gelmektedir. 20 girdi ise düşmanca ifadelerden oluşmaktadır. Oransal karşılığı ise %31,2'dir. Veriler ışığında bahse konu kategoride yer alan her iki sözlük girdisinden birinin savaş çağrışmaları yapan söylemler olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Düşmanlık

Düşmanlık kategorisi kapsamında değerlendirilen sözlük girdileri, toplumun yaşlı bireylerle ilgili tutumlarıyla ilgili ipuçları vermektedir. Düşmanca tutumlar arasında belki de en dikkat çekici olanı, sözlük yazarlarının önemli bir kısmının “bırakalım ölsünler” gibi vahşi bir düşünce içerisinde olmalarıdır. Yaşlı bireyler zaten “elenmeye mahkum” oldukları için pandemi sürecinde ölmelerinde mahsur görülmemektedir. Ekonomik olarak hiçbir katkısı olmayan, pasif tüketici olarak görülen yaşlı bireylerden belki de pandemi sürecinde kurtulunabileceği görüşü yazarlar tarafından paylaşılmaktadır. “Polisle çatışma” ihtimali olan bu “kuduruk ihtiyarların” cenaze namazlarının kılınmayacağına kendilerine bildirilmesini savunan yazarlar dahi mevcuttur. Bu yazarlar yaşlılara yönelik bu tip sembolik şiddet pratiklerini toplum sağlığı için kaçınılmaz bir çare olarak görmektedir (Bknz. Tablo: 12).

Tablo 12: Düşmanlık Temalı Sözlük Girdileri

Entry	Yazar
tertemiz karardır. yönlendirmeden falan anlamıyor bu millet. çocuk gibi bankları sök, otobüsü yasakla. en temizi vur elini masaya çıkamayacaksın de! oldu, bitti. hadi bakalım fildir fildir gezmeye devam edebilirsiniz, edin. zaten ekonomiye katkınız yok oturun evinizde.	oksectim
2 gün daha bekleselerdi de ölmek isteyen ölseydi bari.	whatswrongstupid
Bu yasak da işe yaramazsa, yaşlılara bu şekilde ölürlerse cenaze namazlarının kılınmayacağını söylersek belki kandırabiliriz.	resistanbul
şimdi dışarı çık da göreyim, kendisini uyarmama rağmen "bunlar ameriganın oyunu, virüs mirüs yok" diyen yaşlı adam. dışarıya çıkarsan vallaha polisi arar seni mapuslara düşürürüm şimdiden söyleyim. yok öyle ben evde duvarlarla konuşurken senin çıkıp parklarda dolaşman.	qaswed72
bulduğum ilçede uygulanan yasak. sokakta yaşlı gören 155i arıyor. polisler de sabahtan beri yaşlıları sokaktan men ediyor. yahu yaşlı başlı insansın hiç mi eşin dostun yok işlerini hallediversin. ne işin var sokakta dayı otur evinde namazını kıl, duanı et, a haber izle yat. daha ne istiyorsun.	yeni eksi sozluk
hepsi olmasa da, suoer tontis, zeki, akilli mantikli, entel dedelerimiz hariç bence bırakalım geri kalani ölsün. inanin bu hepimiz icin cok iyi olacak, ozellikle bazi iller var ki yazmasam da anlarsiniz, twitter daki videolardan çokça gormussunuzdur. beyni olmayan adamlarin hem maas alip hem gençlerin geleceğine yön vererek hayatlarını zindan etmelerini istemiyorum.	slumdogpoor
merak etmeyin pazar sabahı itibariyle evden durağa -5 dk- 3 dede gördüm, elenip gitmeye mahkumlar.	arianos

bu gün sabah 9 itibariyle yine dışarda gördüm bu yasaklı grubu. daha sert önlemler gerekecek gibi.	simyaci007
65 yaş üstüne sokağa çıkma yasağı çok doğru bir karardır. mümkünse oy da kullanmasınlar	kuba gibiyim kendi kendime yetiy
ihtiyarlar, sizi bi görürsem dışarda bidaha... hadi evinize torununuz çocuğunuz yokmu sokağa salmışlar anasını satayım.	pasayarko
bu kuduruk ihtiyarlar çetesi şimdi de polisle çatışır kesin. bunlar iflah olmaz.	komikolma
nush ile uslanmayı...	active
ahahahahah kudurun yaşlılar.	piflo
adamın hayatı umrunda değildi. şimdi para cezası vercez deyince evde oturacak. acaba uğraşmasakta ölseler mi? canı parasından daha değerli insanımı olur aq	ytgu
kaderde dedemi polise ihbar etmek de varmış.	iyibirki
ölüme kafa tutan insanların neden korunması gerektiğini anlamıyorum. ihtiyacı olana devlet yardım etsin ama "korono morono bunlar dij güjler" diyenleri bırakın ölsünler bi zatmet. doğal seçim çok güzel. devletin maaş ödeyeceği adam sayısı azalır cehalet azalır. ülke ortalaması yükselir.	etbeyinli
evde kal güruhu olarak çok mesuduz, sonunda..	psici
olması gereken hatta daha da fazlası gerekiyor. kararı alanları tebrik ediyorum. ancak bu şekilde bu hastalık ile baş edilebilir.	scorpioraptor
ellemeyin temizlensin biraz	raskolniko
abi bırakın çıksınlar kurtulalım neden anlamıyorsunuz. bu süreçte verilen en kötü karar oldu.	gauze

Savaş Söylemi

Savaş söylemi kategorisinde değerlendirilen sözlük girdileri incelendiğinde birkaç tema etrafında yoğunlaşma olduğu görülmektedir. Sözlük yazarlarının önemli bir kısmı sokakta görülen yaşlıların ihbar edilmesi çağrısı yapmaktadır. Hatta konuyla ilgili “ihbar hattı” kurulmasını önerenler de az değildir. Keza yaşlı bireyleri toplayan bazı kent belediyeleri takdir edilmektedir. Sokağı çıkan yaşlıların en ağır ceza ile cezalandırılması gerektiğini önerenler de hatırı sayılır miktardadır. Ceza vermeden başka türlü mücadele edilemeyeceğini savunan yazarlara göre, en mantıklı cezalardan biri emekli maaşlarının kesilmesidir. Önerilen bir diğer cezalandırma yöntemi ise hapis cezasıdır. Sözlük yazarlarının yaşlılara yönelik mücadele önerileri bunlarda da sınırlı değildir. Kimi yazarlar “sokakta görülen yaşlıları dövün” önerisinde bulunmaktadır. Kimileri ise daha vahşi önerilerde bulunmaktadır. Yaşlı bireyleri av hayvanına benzeten yazarlar dürbünle takip edilip sürek avındaki gibi avlanmalarını önermektedir. Tüm bunların ortak paydaları ise yaşlı genç diyalektiği üzerine kurulan savaştır (Bknz. Tablo: 13).

Tablo 13: Savaş Söylemi Temalı Sözlük Girdileri

Entry	Yazar
bugün alınmış bir karar. sokağa çıkma yasağı getirildi. yarın 65 yaş üstü amca avına çıkacağım.	enrgyenginr

cok iyi bir karar, umarim gec kalinmamistir. gerekcesiz cikana da en agir cezayi versinler. oyle "dede nabiyon ehe ehe gel seni evine goturelim" demek yok.	do ut des
eç kalmış ama olumlu olan genelgedir. uymayanlara da şöyle hayvan gibi ceza versinler de akılları başlarına gelsin. yaşı 70'lerde olan çocuklarla uğraşıyorlar.	av tufegi ile drone avlayan dayi
cikanlari da alip hapse atmalilar oyle yasak demekle bu millet dinlemez sert bir yaptirimı olmalı.	naytmeyi
aklıma geldikçe gülüyorum ya şaka gibi. adamları evde tutamıyoruz resmen. yerinde bir karar olmuş. işi olmayıp da, sadece gezmeye çıkan yaşlılara idari para cezası kesilirse, tamamen eve kapanırlar.	zaire cumhurbaskani mehmet ali clay
ohhh olsun. dışarıda tek bir yaşlı görürsem direkt ihbar edeceğim	anomimfotografci
kurallara uymayan yaşlıların özel merkezlerde toplanması gerekir ki kimse bu kararı kulak ardı etmesin. yerinde karar.	leb i lal
sokağa çıkan 65 yaş üstü için "çıkanların emekli maaşı kesilir" diye bir ekleme yaparlarsa bırakın sokağa çıkmayı balkona bile çıkmazlar. şimdi merak ettiğim çıkanlar için nasıl bir yaptırım yapılacağıdır. bir yaptırım yoksa o iş yaş.	teknik olmayan direktör
çok şükür. çıkanları da ağır şekilde cezalandırırlarsa tadından yenmez.	ona kucuk surprizler yap
ceza olmadığı takdirde hiçbir işe yaramayacak hepsi aksi huysuz yasak masak dinlemeyecekler	airbuzzer
her banka şubesine 1 polis ekibi yollanmasıyla sonuçlanacaktır . zira her gün banka şubelerini talan ediyor promosyoncu 65 yaşlar . bankadaki arkadaşlar ihbar etmekten çekinmeyin . verin mehteri titresin kalpler	mesafe4272
çakacaksın 1000 lira cezayı yönünü kaybedecek	ultraunspeakable33
derhal, "alo dedem kaçtı" hattı kurulmalıdır.	kivirciksupurge
şahane olan uygulama. hangimiz ebeveynlerimizi "sen gitme ben giderim" diyerek evde tutabiliyorduk ki? sonunda babam "markete değil sokağa bile çıkamam" dedi. yalnız denetiminin çok iyi sağlanması lazım bu huysuz bebekleri evlerine geri taşımak pek kolay olmayacak.	zirofen
göbek atarak sevindiğim karar olmuştur! bundan sonra 1 tane yaşlı göreyim sokakta direkt polisi ararım!	belbele
anti yaşlı lobisi olarak büyük bir zafer kazandığımızı düşünüyorum lol.	brooklyn carter
zamanı gelince ateşli silahlarla avlayacağız yaşlıları	aen
çıkanlara verilecek para cezasını da açıklamalarını bekliyorum	birminikavokado
arkadaşlar bu hastalığın tedavisi sopadır. sopayla döve döve insanları içerde tutucaksın. tek çare bu.	aranjuez
hahaha paketleyin hepsini	bozkurtlar37
nevşehir belediyesi, yaşlıların sokaklarda görülmesi halinde ihbar için 153'ün aranmasını istemiş. güzel hareket.	deveyidiken
cep telefonundan dışarı çıkan yaşlıları şikayet etme uygulaması yapılırsa gençler yaşlılara nefes aldırılmaz diye düşünüyorum, polise falan gerek kalmaz :) bir de camilerden duyuru yapılmalı. yaşlılar sever megafon falan.	vk86

çıkanların emekli maaşları iptal edilmeli. başka türlü yasak masak dinlemez bu dedeler.	takim elbise ile yuzen adam
sokakta gördüğümüz yaşlıları 153' ü arayarak ihbar edebiliyoruz.	jedi master obi wan
alo 153 sokakta yaşlı gördüm gelip toplayın ihbar hattının var olduğunu hatırlatmak isterim.	penyezulgorebreb
ihbar etmezsem adam değilim. iet hala yaşlı doluydu. doğru uygulamadır.	simplyblue
yine çıkacaklar. ama ben size çözümü söyleyeyim mi? çoğu zaten emeklidir. sokağa çıkmış 65+ birini yakalayınca en az 3 ay emekli maaşının verilmemesi şeklinde bir ceza uygula bakalım çıkıyorlar mı?	cikarin beni buradan ben deli değilim
Çıkmasınlar efendim. hem kendileri hem bizler güvende kalalım. ayrıca nevşehir belediyesinden örnek bir uygulama; alo 153 yaşlı ihbar yasağı uymayana ibret-i alem için gerekli yaptırımlar da uygulansın.	garisma
polisi ararın diyen dayı dışarı çıkma, elimize düştün.... vallaha polisi ararlar!!!	ncavit
ananız babanız çıkmaya kalkarsa ihbar etmekle tehdit etmenizi şiddetle önerdiğim açıklama.	alotlikelove
ceza kesilmez ya da polis zoruyla eve sokulmazlarsa yani kendi akranlarının sokağa çıktığını ama herhangi bir işlem yapılmadığını bir görürlerse, yasak masak kalmaz ortalıkta.	unholyyoid
bütün dünyada uygulanması gereken. aslında bu yasağı uymayıp dışarı çıkan olursa keyfine, hastaneye kabul edilmemeleri lazım bence.	macera dolusun
eğer bu yasak süresince sokakta yaşlı görürseniz tüm şehirlerde 153 ü arayarak şikayet edebilir ve yaşlıları evlerine belediye ekipleri ile gönderebilirsiniz.	duz attim yan geldi
çözüm nasıl olacak? bu yaşlılar döve döve içeri sokulmadan akıllanmaz. not: geç ve eksik genelge.	borkluce mustafa
laiklik elde gidiyeah diyen dedeye, bak 155i ararım diye cemkiresim var	atatapiti
bu yasağı da dinlemezler. bankları kaldırdılar yetmedi, yere oturdu yaşlılar. bunların emekli maaşını kesicen anca öyle evden çıkmaz bunlar.	jose ramse
bekçilerin ve polislin eline sopa verin sokakta bulduklarının kafalarına patlatsınlar.	en son uctugumda 14 yasındaydım
gördüğünüz yerde ihbar edin. (bkz: al bunu al al al)	brkynet
çıkana da para cezası kesilsin, nasıl olsa ikramiyeleri alacaklar erkenden. hadi bakalım	aleff
karara uyacaklarını sanmıyorum. ama pazartesi şubeye gelen olursa kendilerini ihbar edebilirim.	uykusuzbiri
hala sokaga cikan olursa toma ile mudahale edilsin bu teröristlere	avarel)
bence görüldükleri yerde biber gazı ve tomayla müdahale edilsin.	dovageyris
yarın +65 avına çıkacam balkonda dürbünle.	domates yiyom
yetmez, sokakta kimlik kontrolü yapıldığında 65 yaş üstü çıkarsa, para cezası uygulanmalı....	pulppfiction

Sonuç

Web 2.0 teknolojisinin gündelik kullanıma girmesiyle içerik üreticisi konumuna yükselen sıradan insan, eşik bekçilerinden kurtulmuş, etkileşimsel ortamların eyleyeni

olmanın sonsuz hazzını yaşamaya başlamıştır. Sansür ve denetimin ortadan kalktığı yeni medya ortamlarında sınırsız içerik üretme imkanı ifade özgürlüklerinin kullanımı biçiminde algılansa da, zaman zaman özgürlük sınırlarını aşip nefret ifadeleri boyutuna geçebilmektedir. Zaten ifade özgürlüğüyle nefret söylemi arasındaki ince ve muğlak çizgi de bu sorunları kaçınılmaz kılmaktadır. Yeni medya ortamlarındaki nefret söylemi çok boyutlu olup çok farklı toplumsal grupları hedef alabilmektedir. Bu hedef gruplardan biri de yaşlı bireylerdir. Yaşlı bireyler toplumdaki daha genç bireyler tarafından ötekileştirilebilmekte, dışlanabilmekte ve nefret suçuna maruz bırakılabilmektedir. Yapılan araştırmada bu hipotezlerin sağlanması niteliğindedir. Araştırmadan elde edilen bulgular irdelendiğinde Türkiye’de Covid-19 pandemisine bağlı vakaların henüz görülmeye başlandığı dönemde alınan tedbirlerden biri olan 65 yaş üstü sokağa çıkma yasağı, yaşlılara yönelik nefret duygusunun dışa vurulduğu olay olmuştur. Ekşi Sözlük yazarları tarafından “21 Mart 2020 yaş üstüne sokağa çıkma yasağı” başlığı altında daha ilk günden yapılan yüzlerce yorumda nefret içeren çok sayıda küfür, hakaret, aşağılama ve ötekileştirme mesajına rastlanmaktadır. Toplanıp inceltiren veriler değerlendirildiğinde yaşlıların toplumla olan bağını hedef alan mesajların ağırlıkta olduğu görülmektedir. Yaşlılar, toplumsal üretim zincirinin dışına çıkmış, hiçbir faydası olmayan, sorunların önemli bir kısmının kaynağı görülen bireyler olarak algılanmaktadır. Yaşlı bireylerden kaynaklı henüz bir hastalık yayılımının görülmeye başladığı dönemde bu tür içeriklerle yüz yüze kalınması, toplumdaki yaşlı tutumunun arka planıyla ilgili de ipuçları vermektedir. Bazı yazarlar da sözlükteki tartışma konusunu bağlamından tamamen kopararak 65 yaş üstü bireylere terörist muamelesi yapmaktadır. Yaşlıları anarşist ruhlu bireyler olarak tanımlayıp, anayasal düzenin dışına atarak meşru zeminden uzaklaştırmaktadırlar. Bir nevi günah keçisi sayılan yaşlı bireylerle ilgili kimi nefret söylemi pratikleri ise ürkütücüdür. Yaşlıları avlanması, elenmesi veya belediyenin toplayıp itlaf etmesi gereken varlıklar olarak gören bireylerin sayısı azımsanmayacak düzeydedir. Yaşlılara yönelik bu tür düşmanca tutumların nefret suçuna yol açması kaçınılmazdır. Kimilerinin av hayvanı, kimilerinin sokak hayvanı olarak ötekileştirdiği yaşlı bireylerle ilgili kimi yazarlar da açık açık ölüm temennisinde bulunmaktadırlar. Yaşlıların sokağa çıkmasının yasaklanmamasını, bu sayede hastalanıp ölmelerini dile getiren sözlük yazarlarının vahşi tutumu, yaşlılara yönelik kuşaklar arası nefretin boyutunu gözler önüne sermektedir. Elbette ki Ekşi Sözlük’ün doğası gereği mizahi bir yönü vardır ve kimi yorumlar ironi içerebilir. Fakat söylem bağlamıyla birlikte düşünüldüğünde ve Kanada İnsan Hakları Mahkemesi’nin nefret söylemi çerçevelemesi referans alındığında yorumların ironi içermediği, hatta çok da iyi niyetli olmadığı daha net anlaşılacaktır. Tüm bu bulgular göz önünde bulundurularak bir değerlendirme yapmak gerekirse yaşlı bireyleri kurtulması gereken, toplumsal kambur olarak gören Ekşi Sözlük yazarlarının nefret suçuna giden yolun taşlarını döşediğini söylemek hiç de yanlış olmayacaktır.

Kaynaklar

Akdeniz, Y. (2009) *Racism on the Internet*, Strasbourg: Council of Europe Publishing.

Alğan, T. C., Şensever, F. L. (2010). *Ulusal Basında Nefret Suçları: 10 Yıl 10 Örnek*, İstanbul: Sosyal Değişim Derneği Yayınları.

Alp, H. (2016). Çingenelere Yönelik Nefret Söyleminin Ekşi Sözlük'te Yeniden Üretilmesi, *İlef Dergisi*, 3(2), Sonbahar 143-172.

Ataman, H. (2012). Nefret Suçlarını Farklı Yaklaşımlar Çerçevesinden Ele Almak: Etik, Sosyopolitik ve Bir İnsan Hakları Problemi Olarak Nefret Suçları, İnceoğlu Y. (Der.) *Nefret Söylemi ve/veya Nefret Suçları* (ss. 47-80) İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Aydos, S. S. ve Aydos, O. S., (2019). Yeni Medyada Nefret Söylemi ve Nefret Söyleminden Doğan Hukukî Sorumluluk, *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, C. XXIII, S. 2.

Aygül, E., (2013). *Yeni Medyada Nefret Söyleminin Üretimi: Bir Toplumsal Paylaşım Ağı Olarak Facebook Örneği*, (Yalınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Aygül, E. (2010). Facebook'ta Nefret Söyleminin Üretilmesi ve Dolaşıma Sokulması. Çomu T. (Ed.), *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, (ss. 95-140), İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

Kabasakal Badamchi, D. (2015). Nefret Söylemi İfade Özgürlüğünün Bir Parçası mıdır?. *Felsefe Dünyası Dergisi*, 61, 55-79, Ankara.

Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*, Glencoe: Free Press.

Bilge, R. (2016). Sosyal Medyada Nefret Söyleminin İnşası ve Nefret Suçlarına İlişkin Yasal Düzenlemeler, *Yeni Medya Hakemli Akademik E-Dergi*, Gazi Üniversitesi İletişim Fakültesi, Sayı: 1, Cilt:2016/Güz.

Binark, M. (2010). Nefret Söyleminin Yeni Medya Ortamında Dolaşıma Girmesi ve Türetilmesi, Çomu T. (Ed.), *Yeni Medyada Nefret Söylemi*, (s. 11-53), İstanbul: Kalkedon Yayıncılık.

Cammaerts, B. (2009). Radical Pluralism and Free Speech in Online Public Spaces. The Case of North Belgian Extreme Right Discourses, *International Journal of Cultural Studies*, 12(6), p. 555–575.

Cortese, A. (2006). *Opposing Hate Speech*, Westport Conn, Praeger Publishers.

Demirbaş, T. (2017). Nefret Söylemi ve Nefret Suçları, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, Prof. Dr. Şeref ERTAŞ'a Armağan, C. XIX, Özel Sayı, s. 2693 – 2701.

Dirini, İ. (2010). Okur Yorumlarıyla Yeniden Üretilen Nefret Söylemi, Çomu T. (Ed.), *Yeni Medyada Nefret Söylemi* (ss.55-93), İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Gürel, E., Yakın, M. (2007). Ekşi Sözlük: Postmodern Elektronik Kültür, *Selçuk İletişim*, 4 (4), s. 203-219.

İnceoğlu, Y. (2013). Tartışmalı Bir Kavram: Nefret Söylemi, Çınar M. (Ed.) *Medya*

ve Nefret Söylemi Kavramlar Mecralar Tartışmalar (s. 75-92), İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları.

Kalay, A., Certel Fırat, A. B. (2017). Amerikan Sosyal Medyasında Göçmen Karşıtlığı ve Dijital Nefret Söylemi: Twitter Özelinde Bir İnceleme, *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, C.22, Kayfor15 Özel Sayısı, s.2209-222.

Logan, R. K. (2010). *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. New York: Peter Lang Publishing.

Mondal, M., Silva, L. A. and Benevenuto, F. (2017). A Measurement Study of Hate Speech in Social Media, *HT '17, July 04- 07*, s. 85 - 94, Prague.

Öztekin, H. (2015). Yeni Medyada Nefret Söylemi: Ekşi Sözlük Örneği, *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, Cilt: 8 Sayı: 38, 925-936.

Sözeri, C. (2012). Yazılı Basında Nefret Söylemi ve Mücadele Yolları, İnceoğlu Y. (Der.), *Nefret Söylemi ve Nefret Suçları*, (1. Baskı), (s. 205-222), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

Tarlach, M. (2001). Wrestling (Racial) Equality from Tolerance of Hate Speech, *Dublin University Law Journal (ns) 21*, pp 21-54.

Weber, A. (2011). *Nefret Söylemi El Kitabı*, Çev.: Metin Çulhaoğlu, Avrupa Konseyi Yayınları.

Yazıcı, T. (2016). Yeni Medyanın Nefret Dili: Suriyeli Mültecilerle İlgili Ekşi Sözlük Örneği, *Global Media Journal TR Edition*, 7(13) Güz.

Yumul, A. (2013). Nefret Suçu Ya da Ölü Vicdanlar Ülkesi, Çınar M. (Ed.) *Medya ve Nefret Söylemi Kavramlar Mecralar Tartışmalar*, (s. 127-134), İstanbul: Hrant Dink Vakfı Yayınları.

İnternet Kaynakları

<https://eksisozluk.com/21-mart-2020-65-yas-ustune-sokaga-cikma-yasagi--6426900>, (Erişim: 26.04.2020)

<https://eksisozluk.com/eksi-sozluk-nefret-soylemi-denetim-projesi--2875131> (Erişim: 03.05.2020)

<https://sozluk.gov.tr/> (Erişim: 15.05.2020)

https://tr.wikipedia.org/wiki/T%C3%BCrkiye%27de_COVID-19_pandemisi (Erişim: 11.05.2020)

Dijital Ebeveynlerin Dijital Oyunlar ve Şiddet İlişkisine Yönelik Algıları

Digital Parents Perceptions of the Relationship Between Digital Games and Violence

Fatih Söğüt, Dr. Öğr. Üyesi, Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler M.Y.O., E-Posta: fatih.sogut@klu.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

Dijital Ebeveynlik,
Dijital Oyunlar,
Şiddet,
Kültürel Göstergeler
ve Ekme Kuramı.

Öz

Günümüzde bilgi teknolojilerinin hayatımızdaki yeri gittikçe artmaktadır. Bu teknolojilerin gelişimi sadece yetişkinleri değil çocukları da etkilemiştir. İnsan ve teknoloji arasındaki bu etkileşim sadece sanal ortamlarla sınırlı kalmayıp toplumsal yaşamı da etkilemeye başlamıştır. Dijital teknolojilerin popüler eğlence araçlarından olan dijital oyunlar çocuklardan büyük ilgi görmektedir. Dijital oyunların eğitim gibi alanlarda faydalı kullanımı olmakla beraber şiddet içeren dijital oyunlar çocuklar için risk oluşturmaktadır. Bu bağlamda ebeveynlere önemli sorumluluklar düşmektedir. Dijital dünyanın olası risklerinden çocukları korumak günümüz yetişkinleri için çok önemli bir konudur. Dijital dünyayı iyi tanıyan ve günlük hayatta bu teknolojileri kullanan ebeveynler için kullanılan dijital ebeveynlik kavramı günümüzde tartışılan bir konudur. Bu bağlamda bu çalışmada dijital ebeveynlerin dijital oyunlardaki şiddet olgusuna bakışları araştırılmıştır. Bu çalışmanın kuramsal çerçevesini kültürel göstergeler ve ekme kuramı oluşturmaktadır. Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi ve içerik analizi uygulanmıştır. Veri toplama tekniği ise yarı yapılandırılmış görüşmedir. Araştırma sonuçlarına göre katılımcı ebeveynler dijital oyunlardaki şiddet hakkında bilgi sahibidir. Ebeveynler, dijital oyunlardaki şiddet içeriklerine karşı önlem aldıklarını belirtmiştir. Ayrıca ebeveynler, dijital oyunlar konusunda uzman desteğinin de gerekliliğini vurgulamışlardır.

Keywords:

Digital Parenting,
Digital Games,
Violence,
Cultivation Theory.

Abstract

Today, the place of information technologies in our lives is increasing day by day. The development of these technologies has affected not only adults but also children. This interaction between human and technology is not only limited to virtual environments, it has also started to affect social life. Digital games, one of the popular entertainment tools of digital technologies, attract great attention from children. Although digital games have beneficial use in areas such as education, violent contain digital games pose a risk to children. In this context, parents have important responsibilities. Protecting children from the possible risks of the digital world is a very important issue for today's adults. The concept of digital parenting, which is used for parents who know the digital world well and use these technologies in daily life, is a subject that is discussed today. In this context, in this study, the views of digital parents on the phenomenon of violence in digital games were investigated. Cultivation theory constitute the theoretical framework of this study. In this study, semi-structured interview technique and content analysis, which are among qualitative research methods, were applied.. According to the results of the research, participating parents have information about violence in digital games. Parents stated that they took precautions against violent in the digital games. Parents also stressed the need for expert support in digital games.

Giriş

Günümüzde gelişen dijital teknoloji oyunları da etkilemiş ve önemini arttırmıştır. Çocuklar zamanlarının önemli bir kısmını dijital oyunlar oynayarak geçirmektedir. “Oyun oynama alanı ve oyun aracı olarak ortam sunan dijital dünya günümüzde çocuklar için oldukça popüler bir ortamdır. Bu ortam aynı zamanda oyun ve oyuncağı yeniden kavramsallaştırılmasında rol oynayarak dijital oyun kavramının tanımlanmasını sağlamıştır” (Bird ve Edwards, 2015: 1150). Bu bağlamda çocukların dijital dünya ile olan ilişkilerinin yoğun olması nedeniyle 2000 sonrası doğan çocuklar “Z kuşağı” ya da “dijital nesil” gibi yeni kavramlarla adlandırılmışlardır.

Dijital oyunların çocuklar için bir serbest zaman etkinliği ya da bir eğlence aracı olmasının dışında oyunlardaki şiddet içeriği de önemli tartışma konularından biridir. “Son zamanlarda video oyunları ile ilgili yapılan içerik analizleri, oyunların %89’unun şiddet içerdiğini göstermektedir” (Aydoğdu Karaaslan, 2015: 807). Son yıllarda dijital oyunların sayısının artması ve dijital oyun kullanımındaki artış bu konu ile ilgili yapılan araştırmaların çoğalmasına neden olmuştur. Bu çalışmalarda genellikle dijital oyunların bireylere olan etkisi, şiddet eğilimi yaratıp yaratmadığı gibi konular üzerinde durulmuştur.

Çocuklar ve aileleri üzerine yapılan pek çok araştırma (Gentile, 2003; Gentile v.d., 2004; Gimpel, 2013) çocukların en çok sevdiği dijital oyunların şiddet içerikli olduğunu göstermiştir. Dijital oyunlardaki şiddet içeriği ebeveyn kontrolünü gündeme getirmektedir. Özellikle ebeveynlerin bu konudaki bilinçsizliği nedeniyle şiddet içeren dijital oyunlara çocuklar erişebilmektedir. “Şiddet içeren dijital oyunlarda sürekli olarak şiddetin bir sorun çözme aracı olduğu mesajı işlenmekte, amaca ulaşmak, yenmek, daha fazla kişiye hükmetmek için her yolun kullanılması gerektiği mesajı verilmektedir” (Şenol, 2006: 128). Bunun yanı sıra dijital oyunlar çocuk bireylerin sosyalleşmesini olumsuz şekilde etkileyebilmektedir.

Dijital teknolojinin gelişmesi ve yaygınlaşması ile ortaya çıkan kavramlardan biri de dijital ebeveynliktir. Yetişkinler düzeyinde hızla artan internet ve bilgisayar kullanımı ile ebeveynlerin teknoloji konusundaki bilinçlenme düzeyleri artmıştır. Bu çalışmanın amacı da örneklem çerçevesinde görüşülen ebeveynlerin dijital oyunlardaki şiddet olgusu hakkındaki görüşlerini öğrenmektir.

Bu çalışmanın kuramsal çerçevesini kültürel göstergeler ve ekme kuramı oluşturmaktadır. Bu kuramsal yaklaşımın benimsenmesindeki temel nokta kitle iletişim araçları-şiddet ilişkisinden yola çıkmasıdır. Ayrıca bu kuramın kitle iletişim araçları ve şiddet ilişkisine yönelik yaklaşımıyla etki araştırmaları içerisinde önemli bir yere sahip olması da önemli olarak değerlendirilmiştir.

Çalışmada öncelikli olarak kültürel çalışmalar ve ekme kuramı açıklanacak daha sonra ise var olan literatür çerçevesinde dijital oyunlar-şiddet ilişkisi ve dijital ebeveynlik gibi kavramlar değerlendirilecektir. Çalışmanın son kısmında ise araştırma modeli açıklanacak ve bulgular yorumlanacaktır.

Kültürel Göstergeler ve Ekme Kuramı

Kitle iletişim araştırmacısı George Gebner, 1967 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde şiddetin nedenleri ve önlenmesi amacıyla bir araştırma projesi başlatır. Gerbner, bu projeyi “kültürel göstergeler” olarak adlandırır. Bu proje ile Gerbner, ekme kuramını geliştirmiştir. “Ekme kavramı belli bir şeyi (psikoloji, kültür ve ideolojiyi) belli bir yere (izleyici bilincine) yerleştirme ve besleyip yetiştirmek için yapılan amaçlı girişim anlamındadır” (Erdoğan, 1998: 150). Ekme kuramı, kitle iletişim araçlarının uzun dönemde bireylerin inançlarını, tutumlarını ve davranışlarını nasıl etkilediği üzerinde durmaktadır. “Bu kuram temelinde Gerbner, televizyonun düşünceleri etkilemede ve bireyler üzerinde davranış oluşturmada büyük güce sahip olduğunu savunmaktadır” (Güngör, 2013: 110). Ekme kuramına göre, toplum üzerinde sadece kanaat önderlerinin değil aynı zamanda kitle iletişim araçlarında da etkisi vardır.

Kültürel göstergeler ve ekme kuramı, kitle iletişim araçlarındaki semboller, temsiller dolayımı ile hayata ait gerçekliğin nasıl algılandığı sorusu üzerinde de durmaktadır. “Buna göre insanlık durumunun yeniden yaratıldığı bir süreci ifade etmektedir” (Özkan, 2017: 131). Bu insanlık durumu, toplum tarafından eşzamanlı olarak takip edilen ve paylaşılan değerlerin neleri kapsamakta olduğu ya da neleri kapsamadığı konusunda kitle iletişim araçlarının rolünü vurgulamaktadır.

Ekme kuramı etki araştırmaları geleneği içerisinde yer almaktadır. “Ekme kuramcılarının göre, televizyonun etkisi uzun dönemlidir. Bu etki azar azar, derece derece, dolaylı fakat zamanla birikerek olur” (Yaylagül, 2006: 64). Genel olarak etki araştırmalarında üzerinde uzlaşılan ön kabul; kitle iletişim araçlarının bireylerin davranışlarından çok tutumlarını şekillendirdiği üzerinedir. Örneğin çok fazla bilgisayar oyunu oynamanın gerçek hayattan çok bilgisayar oyunlarındaki dünya ile tutarlı tutumları ettiği düşünülür. Bilgisayar oyunu oynamak doğrudan şiddet davranışına neden olmaksızın dünyadaki şiddet hakkındaki algılarımızı şekillendirebilir.

Medyayı sosyalleştirici bir araç olarak değerlendiren ekme kuramı özellikle televizyon çalışmaları üzerine yoğunlaşmıştır. “Gerbner mesaj’ı tüm kitle iletişim araçları açısından tanımlasa da yaklaşımının temelinde televizyon bulunmaktadır” (Özer, 2005: 76). Gerbner’e göre televizyon, imgeleri izleyicinin zihnine ekmektedir. Ekme kuramı çok fazla televizyon izleyen izleyicilerin, televizyon programlarında yaratılan dünyadan ve yinelenen mesajlardan hareketle kendisine yansıtılan dünya görüşünden etkileneceklerini varsaymaktadır. “Kuram, televizyonun düşsel dünyasına bağlı kalmanın uzun dönemli toplam rolünü sorgulamaktadır” (Morgan ve Shanahan, 1991: 89). Bu noktada televizyon ve gerçeklik arasındaki ilişkide önem kazanmaktadır. Televizyon nadir olarak dış dünyanın gerçekliğini sunmaktadır. Ekme kuramı bu yargıya televizyon dünyasının sistematik bir analizi sonucu ulaşır.

Kitle iletişiminin, biricik “insanlaştırma” (humanizing) aracı olduğunu belirten Gerbner (1967: 41), kitle iletişiminin bunu sağlarken göstergeler ve temsillerden faydalandığını da vurgular. Buna bağlı olarak medyayı seyretmenin göstergeler, temsiller dolayımıyla yaşama ait gerçekliğin ne olduğunun algılanmasını ve buna göre “insanlık durumu”nun (human condition) yeniden yaratıldığı bir süreci beraberinde getirmektedir.

Bu insanlık durumunun açılımı ise toplum tarafından eş zamanlı olarak seyredilen ya da paylaşılan toplumsal değerlerin neleri ifade edebileceği ya da etmeyeceği konusunda kitle iletişim araçlarının üstlendiği rolün ortaya çıkarılmasında saklıdır. Bu nedenle Gerbner (1985: 14-15), “kamuoyu” (public opinion) yerine, “kamu yaratma” (public making) kavramını kullanmaktadır. Gerbner’e göre aslında kamuoyu denilen şey kitle iletişim araçlarıyla yaygınlaştırılan fikirlerin insanlar tarafından paylaşımıdır. Ekme süreci birdenbire ortaya çıkmayan yavaş giden bir süreçtir. Öyle ki, yetiştirme gerçekleştiğinde bu, “tavuk-yumurta” sorusundaki gibi bir ikilem içinde artık, “bütünün görünümü”, yani gerçekliğin kendisi haline gelmektedir. Bu noktada televizyonun en önemli unsurunun hikâye anlatmak (story-telling) olduğunu dile getiren Gerbner (1963: 103) bunu anne ve babaların anlattığı hikâyelere kadar götürmektedir. Bu hikâyeler insanın tanrı karşındaki anlamlandırma sürecin de de rol oynamaktadır. Bunu daha da pekiştirmek için “Televizyondan önce biz ne yapıyorduk?” sorusunu soran Gerbner (1959: 269), televizyonun sosyalleşmede, yaşamla ilgili bir şeyleri öğrenmede kapladığı başat konuma dikkat çekmektedir.

Ekme kuramını temel alan ve televizyon yetiştirme rolüne odaklanan çalışmalar özellikle 1980’li yıllarda popüler olmuş dünyanın çeşitli ülkelerinde araştırmalar yapılmıştır. Ekme kuramı; Arjantin (Morgan ve Shanahan, 1991), Tayvan (Morgan ve Shanahan, 1992), G. Kore (Kang ve Morgan, 1988), İngiltere (Piepe, Charlton, ve Morey, 1990), Japonya (Saito, 2007) ve Türkiye (Batmaz ve Aksoy, 1995; Özer, 2004) gibi pek çok ülkede araştırma konusu olmuştur. Yapılan bu araştırmalar, şiddete yönelik tutumlar ve toplumsal cinsiyet rolleri gibi farklı konuları kapsamaktadır.

Dijital Oyunlar

Dijital oyunları tanımlamadan önce bu kavrama yönelik isimlendirme karmaşasını çözüme kavuşturmak gerekiyor. Literatürde “dijital oyun”, “video oyun” ya da “bilgisayar oyunu” olmak üzere üç farklı isimlendirme tercih edilmektedir. Oyun araştırmacısı Jesse Schell, “The Art of Game Design: A Book of Lenses” isimli çalışmasında daha kapsayıcı ve nitelikli olduğu için “dijital oyun” isimlendirmesinin daha geçerli olduğunu vurgular. Bu bağlamda bu çalışmada da “dijital oyun” isimlendirmesi tercih edilmiştir. “Dijital oyunlar, nereden bakıldığına göre, birer oyun, etkileşimli birer yazılım, görsel işitsel temsil araçları, anlatı içeren kurmaca yapıtlar olarak ya da birer sosyal paylaşım ortamı olarak farklı biçimlerde ele alınabilir” (Sezen, 2011: 120). Marilyn Fleer (2014: 205), dijital oyunu “çeşitli teknolojilerle programlanan ve kullanıcılara görsel bir ortamla birlikte kullanıcı girişi yapmayı sağlayan aynı zamanda oyunun sunulduğu çerçevede aşamalı olarak maniple eden çocuklar için popüler bir kültür haline gelen oyunlar” olarak tanımlamaktadır.

Mutlu Binark’a göre (2007: 11-23), dijital oyun “sanal uzamda oyun oynama edimi”dir. Binark, aynı zamanda dijital oyunun klasik oyundan farkını da ortaya koyar. Ona göre dijital oyun yeni medyaya özgü etkileşimlilik ve multimedya özellikleri ile klasik oyunlardan ayrılmaktadır. “20. yüzyılın ikinci yarısından sonra, oyunlar elektronik ortama taşınmış ve böylece dijital oyunlar hayatımıza girmiştir” (Akbulut, 2009: 45).

Dijital oyun klasik oyundan ayıran önemli bir farkta dijital oyununun endüstriyel bir tasarımla ortaya çıkmasıdır. “Dijital oyun, endüstriyel bir üretim sonucu ortaya çıkar ve oyunun kendisi meta değeri taşır” (Binark ve Bayraktutan-Sütçü, 2008: 49).

Dijital oyunların sahip olduğu sınırlılıklar, düzen, kurallar ve zamansal-mekânsal ortam nedeniyle gerçeklikten bir kopuş gibi görülebilir. Ancak çevrim içi dünyayı yaratan yazılımlar ve donanımlar gerçek dünyanın bir uzantısıdır. Bu bağlamda dijital oyunları tamamen gerçeklikle zıt olarak konumlandırmak doğru olmayacaktır. Yazılım ve donanımla olan bağı daha da genişletirsek, oyunlarda yaratılan dünyalar ekonomik ve sosyal olarak gerçek dünyanın bir yansımasıdır. Dijital oyun bu bağlamda gerçeğin bir temsilini sunar.

Dijital oyunları oynayan bireyler açısından oyunların gerçeklikle olan ilişkisini ise Daniel Pargman ve Peter Jakobsson, “Do You Believe In Magic? Computer Games in Everyday Life” adlı çalışmalarında araştırmışlardır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre oyuncular açısından “oyunun rutin bir aktivite olduğu ortaya çıkmıştır. Dijital oyun oynama edimi, oyuncular tarafından haftanın her günü en az beş saat oyun oynasalar bile, nihayetinde gündelik hayatlarının akışından kopuk olarak değil, onun bir parçası olarak kabul edilmektedir” (2008: 277).

Dijital oyunlarda tıpkı klasik oyunlarda olduğu gibi oyuncu karşına çıkan engelleri aşip hedefe ulaşmaya çalışır. Ancak tek fark, bütün bu eylemleri sanal ve interaktif bir ortamda gerçekleştiriyor olmasıdır. “Bireyler oyun içerisinde, geleneksel oyunlarda bizatihi, dijital oyunlarda ise sanal olarak farklı bir kimliği, başkası olmayı deneyimler ve kimliklenme olanağı bulurlar” (Akbulut, 2009: 75-76). Bu bağlamda dijital oyunlar oyuncunun dünyayı ve toplumu anlamasını kolaylaştırır.

Oyuncu, oyun esnasında alışkın olmadığı kuralları ve durumları öğrenerek kendini geliştirmektedir. Kendini geliştirme, yeni beceriler kazanma gibi özellikler oyuncunun oyundan aldığı hazzı arttırarak oyuna olan bağlılığını arttırır. Oyuncular açısından oyuna olan bağlılığı etkileyen bir diğer unsurda oyunun sağlam bir öyküye daha doğrusu bir anlatıya sahip olmasıdır. Anlatı ve öykü bu noktada merak, çatışma ve gerilim unsurlarıyla oyuncuyu kendine çeker.

Dijital oyunlar her yaşta insanın ilgisini çekebilecek özelliklerle tasarlanmaktadır. Oyunlar içinde birbirine bağlı ya da değil pek çok değişken bulunmaktadır. Temelde bütün dijital oyunlar için kabul edilebilecek özellikleri Jesper Juul’un “Half-Real: Video Games between Real Rules and Fictional Worlds” adlı çalışmasında aşağıdaki şekilde sıralamıştır (2005: 37):

Kural: kısaca uyulması gereken ilke olarak ifade edilebilir. Bu bağlamda her sistemde olduğu gibi oyunlar da kurallarla döşenmiş bir yapıya sahiptir. Kurallar, oyuncu hareketlerini kısıtlama amacıyla üretilmektedir. Oyunda kurallar açık ve bellidir.

Değişkenlik: ölçülebilir sonuçları ifade etmektedir. Oyunlar ölçülebilir sonuçlara sahiptir.

Değer: oyunda ortaya çıkan sonucun önemini vurgulamaktadır. Sonuçlar olumlu ya da olumsuz değerlere sahiptir. Oyun bitiminde sonuçlar değer kazanmaktadır.

Oyuncu: oyun içinde belirlenen kurallar doğrultusunda sorumluluğunu yerine getirmeye çalışmaktadır. Bu sorumluluk, oyuncunun çabasıyla rekabet unsurunu doğurmaktadır.

Oyuncu bağı: oyuncunun sonuca etkisidir. Kazanan oyuncu mutlu, kaybeden oyuncunun mutsuz olması durumudur.

Uyarlanabilirlik: oyuncunun sonuçla bazı özelliğidir. Uyarlanabilir sonuçlar, oyuncu tarafından yine kurallar doğrultusunda değişken bir şekilde gerçekleşmektedir. Oyun, sonuçlar düşünülmeden oynanabilmektedir

Teknolojinin gelişimi geniş bir yazılım ve donanım seçeneğine sahip olan dijital ortamların daha da genişlemesine neden olmaktadır. Bu yenilikler dijital oyunların yaygınlığını ve kullanımını arttırmıştır. Klasik oyundan dijital oyuna geçen süreçte önemli dönemeçleri anlamak önemlidir. Tarihsel süreç içerisinde dijital oyunlar ekonomik, teknolojik ve pazarlama anlamında pek çok dönüm noktası yaşamıştır.

Dijital Oyunlar ve Şiddet

Ebeveynler tarafından dijital oyunlar, çocukların boş vakitlerini değerlendirme aracı olarak görülmektedir. Mine Mangır ve Yaşare Aktaş'a göre (1993: 14) oyun, “çocuğun kendini, duygularını ifade edebildiği, yeteneklerini geliştirebildiği, yaratıcı potansiyelini kullandığı dil, zihin, sosyal, duygusal ve motor becerilerini geliştirebildiği en önemli fırsattır. Kısaca oyun, çocuk için en doğal ve en aktif öğrenme ortamıdır.” Bu bağlamda oyunlar çocukların bireysel ve toplumsal yetiler kazanmasını sağlamaktadır. Çocuklar dijital oyunlar sayesinde meslekleri taklit ederek öğrenebilir ve diğer insanlarla iletişim becerilerini geliştirebilirler. Lieberman, Fisk ve Biely, 2009 yılında yaptıkları araştırmada dijital oyunların çocukların akademik gelişimini olumlu yönde etkilediği sonucuna ulaşmışlardır. “Dijital oyun kullanımı teknolojik bilgi ve becerinin edinilmesinde önemli bir araçtır. Özellikle çocukların dijital oyun araçlarını etkili bir şekilde kullanımlarının desteklenmesi çocukların teknoloji kullanımını üst düzeye çıkarmaktadır” (Mesman, Kuo, Carroll ve Ward, 2013).

Dijital oyunlar tür ve içerik olarak çeşitlilik göstermektedir. Genelde oyun piyasasında çok tutulan oyunların benzerlerinin üretilmesiyle dijital oyunlar daha geniş bir kitlenin ilgisini çekmektedir. Her yaşta insana hitap eden eğitici ve eğlendirici içeriklerin yanı sıra yoğun şiddet içeren dijital oyunlarda bulunmaktadır. “Son zamanlarda video oyunları ile ilgili yapılan içerik analizleri, oyunların %89’unun şiddet içerdiğini göstermektedir. Birçok çocuk şiddet oyunlarını tercih etmektedir” (Gentile 2003: 131). Şiddetin oyunlarda yoğun bir şekilde yer alması çocukların gelişimi açısından olumsuz bir etki yaratmaktadır. “Dijital oyunlar şiddet, savaş, suç, soygun gibi olguların normleştirilerek, duyarsızlık, düşmanlık ve hilekarlık gibi olumsuz durumları da tetiklemektedir” (Yücel ve Şan, 2018: 90). Dijital oyunların şiddet eğilimi yaratmasının yanı sıra çocukların sosyalleşmesini de olumsuz etkilemektedir.

Dijital oyunlar ve şiddet ilişkisini konu alan araştırmalar 1970’li yıllara kadar gitmekle beraber dijital oyunların çoğaldığı 1980’li yıllarda bu konuya ilişkin araştırmalar artmıştır. Özellikle bu araştırmalarda dijital oyunların çocuklarda şiddet eğilimi yaratıp yaratmadığı konusu üzerinde durulmaktadır. Dijital oyunların genç ve çocuk bireyleri şiddete ve agresif davranışlara yönelttiği sonucuna ulaşan araştırmalar (Anderson ve Dill, 2000; Anderson v.d., 2004; Anderson, Gentile ve Buckley, 2007; Bartholow, Sestir

ve Davis, 2005; Carnagey ve Anderson, 2005; Uhlmann ve Swanson, 2004; Durkin ve Barber, 2002; Konijin, Bijvank ve Bushman, 2004; Colwell ve Payne, 2000; Funk, Buchanan ve Germann, 2000; Colwell ve Kato, 2003; Gentile, Lynch, Linder ve Walsh, 2004; Krahe ve Moller, 2004) olduğu gibi gençlerin ve çocukların şiddete yönelmesinde dijital oyunların etkisinin sınırlı olduğu sonucuna ulaşan güncel araştırmalarda mevcuttur (Przybylski ve Weinstein, 2019; Kutner ve Olson, 2008; Zendle, Kudenko ve Cairns, 2018; Kühn, Kugler ve Schmalen, 2018).

Dijital Ebeveynlik Kavramı

Gelişmekte olan teknoloji, toplumsal yaşamı direk ya da dolaylı yoldan etkilemektedir. Aile içi ilişkilerinde bu gelişmelerden etkilenmemesi düşünülemez. “Günümüzde çocuklar ve ebeveynler iletişim, eğlence ve eğitim için artan fırsatlar sunan pek çok yeni teknolojik araca sahip durumdadırlar” (Kaya, Yılmaz ve Bayraktar, 2018: 150). 2019 yılında ABD’de ailelerin %97’sinin en az bir televizyona sahip olduğu ve 8 yaş altı çocukların %42’sinin de yatak odasında bir televizyon olduğu rapor edilmiştir (Rideout ve Robb, 2019). Televizyon dışında çocuklar evde oyun oynayabilmek, internete girebilmek için pek çok dijital medya aracına erişebilmektedir. 2019 yılında yapılan ve 238 ülkeyi kapsayan “2019 Yılında Dijital Küresele Bakış Raporu”na göre dünya nüfusunun yarısından fazlasında en az bir adet cep telefonu bulunmaktadır. Bu araştırmanın Türkiye ile ilgili sonuçlarına göre, Türkiye nüfusunun %93’ü mobil hat kullanıcısıdır. Yine aynı araştırmaya göre, Türkiye nüfusunun %72’si internet kullanıcısıdır. Bu araştırma verilerinden de anlaşılacağı gibi dünyada ve Türkiye de internet, mobil cihazlar ve bilgisayar kullanımı yaygınlaşmaktadır.

Ebeveyn olmanın temel amacı, çocukların sağlığının ve güvenliğinin sağlanması aynı zamanda çocukların gelecekte topluma faydalı bir yetişkin haline getirmektir. “Ebeveyn olmak, çocukların yetiştirilmesi ve sosyal hayata kazandırılması amaçlarına yönelik tutumlar, algılar, beklentiler, değerler ve faaliyetler bütünü olarak anlam kazanan bir inanç sistemini ifade eder” (Darling ve Steinberg, 1993: 488). Işıl Yurdakul ve diğerlerine göre (2013: 887) ise ebeveyn, “bireyi biyolojik olarak yetiştirmenin yanı sıra duyuşsal, sosyal ve eğitimsel gelişiminden de sorumlu olan anne, baba ya da aile büyüğü olarak tanımlanabilir”. Gelişen teknoloji ebeveyn-çocuk ilişkisine yeni boyutlar kazandırmıştır. “Dijital ortamlarda vakit geçiren çocuk ve ergenlerin ailesi tarafından denetimin bilinçli bir şekilde olmayışı onların sanal ortamları kötüye kullanım riskini arttırmaktadır” (Young, 2004: 405). Dijital ortamların potansiyel risklerinden etkilenmeye en açık bireyler çocuklar ve gençlerdir. Dijital teknolojilerin bilinçli kullanımında önemli faydaları olsa da çocukların ve gençlerin dijital ortamların zararlarından korunmasında ebeveynlere önemli sorumluluklar düşmektedir.

Dijital ebeveynlik kavramı ilk olarak Rode (2009) tarafından kullanılmıştır. Huang ve diğerleri 2009 yılında yaptıkları bir araştırmada dijital ebeveynliği “ebeveynlerin dijital ortamlarda çocuklara ve gençlere yönelik koruma sağlama, sosyal medya kullanımını izleme, bilgi ve kaynak bulma” olarak tanımlamışlardır. Yurdakul ve diğerleri ise (2013) dijital ebeveynliği: “dijital araçlara hâkim, imkanların farkında olan, çocuklarını bu

ortamlardaki risklere karşı koruyabilen, gerçek hayatta olduğu gibi sanal ortamda da kişi haklarına saygılı olmayı çocuklarına aşıl原因an, hızla değişen ve gelişen teknolojik yeniliklere açık olan birey” olarak tanımlamıştır. Dijital ebeveynliği internet ve bilgi teknolojileri ile gençler ve çocuklar arasında bir arabuluculuk görevi olarak tanımlayan araştırmalarda vardır (Haddon, 2006; Livingstone ve Helsper, 2008).

Yöntem

Bu çalışmada nitel araştırma yöntemi ve içerik analizi tercih edilmiştir. Veri toplama tekniği yarı yapılandırılmış görüşmedir. “Yarı yapılandırılmış görüşmeler standartlık ve esneklikten dolayı testler ve anketlerdeki sınırlılığı ortadan kaldırmakla birlikte çalışılan konu üzerinde derinlemesine bilgi sağladığı için araştırmacılar tarafından sıklıkla tercih edilmektedir” (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu araştırmanın sınırlılığını çalışmaya katılan ebeveynler oluşturmaktadır. Araştırmanın amaçları doğrultusunda aşağıdaki araştırma soruları belirlenmiştir:

1. Ebeveynler bilgisayar ve interneti hangi amaçla kullanmaktadır?
2. Ebeveynler için şiddet olgusu neyi ifade etmektedir?
3. Ebeveynler video oyunlar ve şiddet ilişkisini nasıl değerlendirmektedir?
4. Ebeveynler video oyunlarının çocuklarına olan etkisini nasıl değerlendirmektedir?
5. Ebeveynler çocuklarının video oyunlarındaki şiddet içeriğinden korumak için neler yapmaktadır?

Araştırma Deseni

Bu çalışmada nitel araştırma deseni olan olgubilim (fenomenoloji) kullanılmıştır. Olgubilim deseni fark ettiğimiz, ancak derin ve detaylı bir anlayışa sahip olmadığımız olgulara odaklanmaktadır. Bir araştırma bir veya birkaç kişinin deneyimlerine ilişkin hikayeleri rapor ederken, fenomenolojik çalışma birkaç kişinin bir fenomen veya kavramlarla ilgili deneyimlerinin ortak anlamını tanımlar (Özet, 2014). Olgubilim çalışmalarının temel amacı, bir olguya ilgili kişisel deneyimleri, daha genel bir düzeye çekmektir (Creswell, 2007). Olgubilim çalışmalarında genellikle bir olguya ilişkin bireysel algıların ortaya çıkarılması ve yorumlanması amaçlanır (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu çalışmada fenomenolojik araştırma deseni seçilme nedeni ebeveynlerin dijital oyunlardaki şiddete yönelik algılarının olgusal açıdan ele alınmasıdır.

Çalışma Grubu

Araştırmanın çalışma grubu, amaçlı örneklem yöntemlerinden ölçüt örnekleme yöntemi kullanılarak belirlenmiştir. “Ölçüt örnekleme, örneklemin araştırmanın amacına uygun olarak belirlenen niteliklere sahip kişiler, olaylar, nesnelere ya da durumlardan

oluşmaktadır” (Büyüköztürk v.d., 2016). Araştırma için belirlenen grubun seçiminde araştırmacı tarafından belirlenen temel kıstaslar; ebeveynlerin 10 yıl ve daha fazla süredir internet ve bilgisayar kullanıyor olması aynı zamanda çocuklarının 5 ile 15 yaş arasında olması olarak belirlenmiştir. Bu araştırmanın sonuçları örnekleme dahil edilen ebeveynler sınırlıdır. Gönüllü katılımı belirlenen çalışma grubuna araştırmanın amacıyla ilgili sözlü bilgilendirme yapılmıştır.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Ebeveynlerin Özellikleri

	Ebeveyn	Yaş	Meslek	Eğitim	İnterneti ve Bilgisayarı Kullanım Yılı
E1	Anne	30	Ev Hanımı	Lise	12
E2	Anne	35	Akademisyen	Doktora	10
E3	Anne	42	Hemşire	Lisans	11
E4	Anne	37	Öğretmen	Lisans	12
E5	Anne	35	Avukat	Lisans	11
E6	Baba	33	Mühendis	Y. Lisans	10
E7	Baba	36	Subay	Lisans	11
E8	Baba	37	Memur	Lisans	14
E9	Baba	44	İşçi	Lise	10
E10	Baba	40	Muhasebeci	Lisans	15

Araştırmanın çalışma grubu 5 anne, 5 baba ebeveyninden oluşmaktadır. 30-44 yaş aralığındaki ebeveynlerin eğitimi lise ile doktora arasında değişmektedir. Katılımcıların 10 yıl üzeri süredir bilgisayar ve internet kullanıyor olması dijital oyunlar-şiddet ilişkisine yönelik algılarını anlamak açısından önemlidir.

Veri Toplama Aracı

Veri toplama aracı olarak yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Bu formda “bilgisayar ve internet kullanımı, dijital oyunlar ve şiddet” gibi konularda katılımcıların görüşlerini almaya yönelik sorular bulunmaktadır. “Araştırmacılar tarafından geliştirilen görüşme sorularının hazırlanmasında, soruların kolaylıkla anlaşılması, çok boyutlu olmamasına gereken önem verilmiş ve görüşmeciyi yönlendirici olmaması gibi ilkelere dikkat edilmiştir” (Yıldırım, 2010; Yıldırım ve Şimşek, 2013).

Görüşme formu ile ilgili olarak uzman bir akademisyenden görüş alınmış ve görüşme formu ile ilgili düzenlemeler yapılmıştır. Araştırmada çalışma grubu ile yapılan görüşmelerin süresi uzun tutularak araştırmanın iç geçerliliği sağlanmaya çalışılmıştır. Ebeveynlerle yapılan görüşmelere ait metinler çözümlenmiş ve çalışmanın araştırma sorularından hareketle ebeveynlerin dijital oyunlar-şiddet ilişkisine yönelik algıları

açıklanmaya çalışılmıştır. Toplanan verilerin geçerliliği için tutarlılıkları araştırmacı tarafından kontrol edilmiştir. Araştırmanın dış geçerliliğini sağlamak adına bütün araştırma süreci aşama aşama açıklanmıştır. Araştırmanın kodlama aşamasında yapılan veri kodlamaları üç farklı akademisyen tarafından kontrol edilerek sonuçlar karşılaştırılmış ve tutarlılıkları test edilmiştir.

Verilerin Toplanması

Araştırma verileri, ebeveynlerden randevu alınan saatte ve yerde gerçekleştirilen buluşmalarda ses kayıt cihazı kullanılarak elde edilmiştir. Ayrıca görüşmelerde araştırmacı tarafından not tutulmuştur. Soruların ebeveynler açısından bir anlam farklılığına yol açmaması için bütün sorular ebeveynlere aynı ton ve sözcükler ile yöneltilmiştir.

Verilerin Analizi

Görüşmelerde elde edilen verilerin değerlendirmesinde içerik analizi uygulanmıştır. “İçerik analizinde, dokümanlardan elde edilen nitel araştırma verilerinin işlenmesi, verilerin kodlanması, temaların bulunması, kodların ve temaların düzenlenmesi, bulguların tanımlanması ve yorumlanması şeklinde dört aşama bulunmaktadır” (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Bu noktada çalışmadan görüşme yoluyla toplanan veriler kodlanmıştır. Kodlanan verilerden elde edilen sonuçlardan bazı temalara ulaşılmıştır. Geçerlilik ve güvenilirliğin sağlanması amacıyla Ole Holsti’ye (1969: 129) ait olan formülden faydalanılmıştır. Bu formüle göre: $Güvenilirlik = \frac{3M}{N1+N2+N3}$ bu formülasyondaki M değeri üzerinde uzlaşılan kodlama sayısını, N değeri ise kodlayıcıların her birinin yaptığı kodlama sayısını ifade etmektedir. Bu formüle göre kodlayıcılar arasındaki uyumluluk %91 çıkmıştır.

Bulgular ve Yorum

Araştırma bulgularının yorumlanmasında ilk önce ebeveynlere, çalışmanın araştırma soruları çerçevesinde sorular yöneltilmiş alınan cevaplar tablolarda gösterilmiştir. Daha sonra ise içerik analizi ile elde edilen veriler temalara ayrılarak değerlendirilmiştir.

Tablo 2: Araştırmaya Katılan Ebeveynlerin Bilgisayarı ve İnterneti Kullanım Amaçları

E1	Boş vakitlerimi değerlendirmek için kullanıyorum.
E2	Çocuklarımın eğitimi hakkında bir şeyler öğrenmek için kullanıyorum
E3	İletişim kurmak ve güncel gelişmelerden haberdar olmak için kullanıyorum
E4	İnsanlara sesimi duyurmak için kullanıyorum.
E5	Sosyalleşmek ve bilgiye ulaşmak için kullanıyorum.
E6	Dünyadan haberdar olmak ve sosyalleşmek için kullanıyorum.
E7	İletişim kurmak ve güncel gelişmelerden haberdar olmak için kullanıyorum

E8	İşimle ilgili gelişmeler hakkında bilgi almak için kullanıyorum.
E9	Eğlenmek için ve arkadaşlardan akrabalardan haberdar olmak için kullanıyorum
E10	Sosyalleşmek ve bilgiye ulaşmak için kullanıyorum.

Araştırmaya katılan ebeveynler bilgisayarı ve interneti, daha çok iletişim kurmak, vakit geçirmek, iş, eğitim gibi amaçlar için kullanmaktadır. Bu noktada ebeveynlerin bilgisayar ve internet kullanım alışkanlıklarını araştıran daha önceki araştırmaların (Demirel, Yörük ve Özkan: 2012; Tokel, Başer ve İşler: 2013; Bostancı: 2019) sonuçlarıyla bu araştırmada da elde edilen sonuçlar uyusmaktadır.

Tablo 3: Dijital Ebeveynlerin Şiddet Olgusuna Yaklaşımları

E1	Şiddet göstermek kötüdür ama yeri geldiğinde gereklidir.
E2	Şiddet, bireylerin psikolojilerinden kaynaklanan bir sorundur.
E3	Şiddet, ekonomik-toplumsal sorunların bir yansımasıdır.
E4	Şiddet eğitimsizliğin bir sonucudur.
E5	Şiddetin toplumdaki yaygınlığının en önemli nedeni yasaların yetersiz kalmasıdır.
E6	Şiddet toplumsal bir sorundur.
E7	Savaş gibi zorunlu durumlar haricinde şiddet bir insanlık suçudur.
E8	Şiddetin toplumdaki yaygınlığının en önemli nedeni yasaların yetersiz kalmasıdır.
E9	Şiddet, ekonomik-toplumsal sorunların bir yansımasıdır.
E10	Şiddet eyleminin yaygınlaşmasında medyanın rolü büyüktür.

Ebeveynlerin şiddet olgusuna yönelik yaklaşımları şiddeti doğuran nedenler üzerine yoğunlaşmıştır. Toplumsal, ekonomik, hukuki ve psikolojik olarak şiddetin farklı yönlerine yönelik değerlendirmeler ebeveynler tarafından dile getirilmiştir.

Tablo 4: Dijital Ebeveynlerin Dijital Oyunlar-Şiddet İlişkisine Yönelik Değerlendirmeleri

E1	Bir bilgim yok
E2	Dijital oyunlarda şiddet içeriği yoğundur.
E3	Dijital oyunlarda şiddet vardır. Ama şiddet içermeyen video oyunları da bulunmaktadır.
E4	Dijital oyunlarda şiddet vardır. Çünkü şiddet her zaman ilgi çekici olmuştur.
E5	Dijital oyunlarda şiddet içeriği yoğundur.
E6	Dijital oyunlarda şiddetin işlevi eğlendirmektir.
E7	Bir bilgim yok
E8	Çoğu dijital oyunda şiddet içeriği bulunur.

E9	Şiddet, dijital oyunların vazgeçilmez öğelerinden biridir.
E10	Bir bilgim yok

Ebeveynlerin dijital oyunlar şiddet ilişkisine yönelik değerlendirilmesinde ebeveynlerin 7'si oyunlardaki şiddet içeriğinin farkındadır. Özgür Kıran'ın 2011 yılında Samsun ilinde ebeveynlere yönelik yaptığı çalışmada araştırmaya katılan ebeveynlerin % 74'ü dijital oyunlarının şiddet içerdiğini düşünmektedir. Bu bağlamda bu çalışma ile Özgür Kıran'ın yaptığı araştırmanın sonuçları uyuşmaktadır. ABD'de yapılan başka bir araştırmada (Funk, Hagan ve Schimming, 1999) ise ebeveynlerin sadece %30'nun oyunlardaki şiddet içeriğinden haberdar olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.

Tablo 5: Dijital Ebeveynlerin Dijital Oyunlardaki Şiddet İçeriğinin Çocuklarına Etkisine Yönelik Değerlendirmesi

E1	Bir etkisi olduğunu düşünmüyorum.
E2	Çocukları olumsuz etkilemektedir. Oyunlardaki şiddet içeriği, çocukların şiddeti sıradanlaştırmasına neden olmaktadır.
E3	Olumlu ya da olumsuz bir etkisi olduğunu düşünmüyorum.
E4	Çocukları olumsuz etkilemektedir. Oyunlardaki şiddet içeriği, çocukları şiddete karşı duyarsızlaştırmaktadır.
E5	Çocukları olumsuz etkilemektedir. Oyunlardaki şiddet, çocukları da şiddete yöneltmektedir.
E6	Çocukları olumsuz etkilemektedir. Dijital oyunları çok oynayan çocuklar şiddeti de bir oyun olarak görmektedir.
E7	Olumlu ya da olumsuz bir etkisi olduğunu düşünmüyorum.
E8	Çocukları olumsuz etkilemektedir. Oyunlardaki şiddet, çocukları şiddete özendirilmektedir.
E9	Çocukları olumsuz etkilemektedir. Oyunlardaki şiddet, çocukları da şiddete yöneltmektedir.
E10	Çocukları olumsuz etkilemektedir. Dijital oyunlardaki şiddet çocuklara olumsuz örnek oluşturmaktadır.

İlknur Aydoğdu Karaaslan'ın 2015 yılında yaptığı "Dijital Oyunlar ve Dijital Şiddet Farkındalığı: Ebeveyn ve Çocuklar Üzerinde Yapılan Karşılaştırmalı Bir Analiz" başlıklı çalışmada ebeveynlerin %62'si şiddetin çocuklarını olumsuz etkilediğini düşünmektedir. Bu çalışmada ise ebeveynlerin yaklaşık %70'i dijital oyunların çocukları olumsuz etkilediğini düşünmektedir.

Tablo 6: Dijital Ebeveynlerin Dijital Oyunlardaki Şiddet İçeriğinden Çocuklarını Korumak İçin Aldığı Önlemler

E1	Bilgisayardan çok anlamadığım için önlem alamıyorum.
----	--

E2	Çocuğuma oyun alırken yaş sınırlamasına uymaya çalışıyorum.
E3	Çocuğumun oyun saatlerini kısıtlamaya çalışıyorum.
E4	Oyunlar konusunda çocuklarımı uyarıyorum ve onları gözetim altında tutuyorum.
E5	Hangi oyunları oynadığını denetliyorum.
E6	Oynadığı oyunlara karışmıyorum.
E7	Oynadığı oyunlara karışmıyorum.
E8	Sadece eğitim amaçlı oyunlara izin veriyorum.
E9	Bilgisayar oyunları konusunda çocuklarımı sözlü olarak uyarıyorum.
E10	Çocuklarımın bilgisayar başında geçirdiği saatleri kısıtlıyorum.

Ebeveynlerin %70'i çocuklarını dijital oyunlardaki şiddet içeriğinden korumak için önlem almaktadır. Ancak İlkur Aydoğdu Karaaslan'ın yaptığı çalışmada "ailelerin %71'i çocuklarının şiddet içeren oyunları oynaması ile ilgili hiçbir güvenlik önlemi almadıklarını belirtmişlerdir" (2015: 814). ABD'de yapılan bir araştırmada ise (Walsh, 2000) ebeveynlerin çocuklarına oyun alırken dijital oyunlardaki derecelendirmeye dikkat etmedikleri sonucuna ulaşmıştır.

Tablo 7: İçerik analizi ile elde edilen temalar ve alt temalar

a) Dijital Oyun Kullanımı
- Oyun süresi
- Oyun oynamaya yönelten sebep
- Oyunla tanışma yaşı
- Oyun oynadığı araçlar
b) Dijital Oyunlar ve Şiddet İlişkisine Bakış
- Şiddete yönelim
- Şiddet içeriğinin oyunlardaki varlığı
- Ebeveyn kontrolü
- Uzman desteğine olan ihtiyaç
c) Dijital Oyunların Çocuğa Etkileri
- Olumlu etkiler
- Olumsuz etkiler

Dijital Oyun Kullanımı

Ebeveynlerle yapılan görüşmelerden ortaya çıkan temalardan ilki dijital oyun kullanımına ilişkindir. Oyun süresi, Oyun oynamaya yönelten sebep, oyunla tanışma yaşı, oyun oynadığı araçlar olmak üzere alt temalar dijital oyun kullanımına yönelik ortaya çıkan alt temalar olmuştur. Alt temalar incelendiğinde ebeveynlerin özellikle çocukların oyun süresinin aşırı fazla olduğunu söylemektedirler. Ebeveynlere göre çocukların dijital oyun alışkanlıklarının şekillenmesinde çocuğun sosyal çevresi etkili olmaktadır. Araştırmaya katılan ebeveynlerin tamamı çocuklarının dijital oyunlarla vakit geçirdiğini belirtmiştir. Bu bağlamda ebeveynlerden biri E6, “bütün günü nerdeyse oyun oynamakla geçiyor” ifadesini kullanmıştır. Bir başka ebeveynde E8, “çocuklar için oyun oynamak yemek yemek ve su içmek gibi bir olay” ifadesiyle çocuklarının dijital oyunlarla çok vakit geçirdiğini vurgulamıştır.

Ebeveynlere göre, çocukları dijital oyun kullanımına iten nedenlerin başında arkadaş çevresinin etkisi gelmektedir. E4, “Çocuğum okul arkadaşlarından görüp oyun oynamak istiyor. Bizde süresini kısıtlamak koşuluyla tablet ile oyun oynamasına izin veriyoruz” diyerek çocukların oyun alışkanlıkları konusunda arkadaşlarının etkisinde olduğunu vurgulamıştır. Aynı zamanda bu ebeveyn çocuğunun oyun oynama süresine bilinçli bir kısıtlama getirdiğini ifade etmiştir. Bir başka ebeveyn E1, “benim oğlan komşunun çocuğu ile iyi anlaşıyor. Bizim oğlanda komşunun oğluyla tanıştıktan sonra alıştı oyunlara” diyerek arkadaş etkine vurgu yapmıştır. Ebeveynlere göre çocukları oyun oynamaya iten bir başka sebep ise çocukların boş vakit geçirecek etkinliklerinin sınırlı olması olarak ifade edilmiştir. Bu bağlamda E2, “çocuk okuldan geldikten sonra, evde sıkılıyor. Mahallede arkadaşı da yok. Oyun oynayarak vakit geçirmek istiyor” ifadesiyle çocuklar için dijital oyun oynamanın boş vakit geçirme etkinliği olarak görüldüğünü belirtmiştir.

Dijital oyunlara başlama yaşı Ebeveynler tarafından 3 yaş ve yukarısı olarak ifade edilmiştir. E9, “Benim kızım 3 yaşında oyuna başladı”. E8, “Benimkilerin biri 3 yaşında diğeri ise 4 yaşında dijital oyunlarla tanıştı” ifadelerini kullanarak dijital oyunlara başlama yaşının düştüğünü belirtmişlerdir. Araştırmaya katılan diğer ebeveynlerde çocuklarının çok erken yaşlarda dijital oyunlarla tanıştıklarını ifade etmişlerdir. Rüstem Mustafaoğlu ve Zeynel Yasacı'nın 2018 yılında yaptıkları “Dijital Oyun Oynamanın Çocukların Ruhsal ve Fiziksel Sağlığı Üzerine Olumsuz Etkileri” başlıklı çalışmada ulaşılan bulgulara göre dijital oyunlara başlama yaşı dört yaşa kadar düşmüştür. Bu araştırmada elde edilen verilen Mustafaoğlu ve Yasacı'nın yaptığı araştırmanın sonuçlarıyla uyuşmaktadır.

Dijital oyunlar oynamak için kullanılan araçlarda da bir çeşitlilik olduğu ebeveynler tarafından belirtilmektedir. E10, “Benim çocuğum karne hediyesi olarak playstation diye tutturdu. Gönlü olsun diye aldık”, E4 ise “iş için aldığım tablette oyun oynuyor çoğunlukla”, E5, “cep telefonu ile oynuyor daha çok.” Ebeveynlerin ifadelerinden de anlaşılacağı gibi çocukların dijital oyun araçları çeşitlilik göstermektedir.

Dijital Oyunlar ve Şiddet İlişkisine Bakış

Ebeveynlerle yapılan görüşmelerden ortaya çıkan temalardan ikincisi dijital

oyunlar-şiddet ilişkisine bakış olarak ortaya çıkmıştır. Bu temanın alt temaları ise şiddete yönelim, şiddet içeriğinin oyunlardaki varlığı, ebeveyn kontrolü, uzman desteğine olan ihtiyaç olarak belirlenmiştir.

Dijital oyunların çocukların şiddet yönelimine etkisine yönelik ebeveynlerin görüşlerine baktığımızda üç ebeveyn hariç (E1, E3, E7), diğer ebeveynler dijital oyunlardaki şiddetin çocukları olumsuz etkilediğini düşünmektedir. Örneğin E6, “bana göre dijital oyunlardaki şiddet çocukların şiddeti de oyunlaştırmasına neden oluyor” demiştir. Diğer taraftan oyunlardaki şiddetin çocukları şiddete özendirdiğini savunan ebeveyn görüşleri de mevcuttur. Örnek: E8, “oyunlardaki şiddet çocukları şiddete özendiriyor bence... Çocuğum oyun oynamaya başladıktan sonra agresif ve saldırgan tavırlar sergilemektedir” diyerek çocuğunun davranışsal değişimini vurgulamıştır.

Şiddet içeriğinin oyunlardaki varlığı alt temasına baktığımızda üç ebeveyn hariç (E1, E7, E10) diğer bütün ebeveynler dijital oyunlarda şiddet içeriğinin olduğunu bilmektedir. E6, oyunlardaki şiddetin eğlendirme işlevini yerine getirdiğini belirtmektedir. Ebeveynler oyunlardaki şiddet içeriğini kendilerinden örnek vererek doğrulamaktadır. Örneğin E4, “benim ara ara oynadığım mobil oyunlarda da şiddet çok yoğundu” demiştir. Bir başka ebeveyn E5, “Pubg midir nedir benimki ha bire onu oynuyor. Elinde silahla birilerini kovalayıp duruyor” oyun adı vererek oyunlardaki şiddet içeriğine vurgu yapmaktadır.

Ebeveynler, çocuklarının dijital oyun alışkanlıklarını 3 ebeveyn (E1, E6, E7) hariç denetlemektedir. Bu denetim daha çok oyun süresini kısıtlama ya da çocuklara yapılan uyarılar şeklinde olmaktadır. E10, “bilgisayar başında kaç saat kaldığını annesi ve ben kontrol etmeye çalışıyoruz. Hafta sonları oyun süresini biraz daha uzun tutmaya çalışıyoruz” diyerek çocuğuna yönelik kısıtlayıcı yaklaşımını ifade etmiştir. Ebeveynlerin oyunların yaş sınırlaması konusunda yeteri kadar bilinçli olmadığı tespit edilmiştir. Sadece E2, çocuğunun oynadığı oyunların yaş sınırlaması konusunda bir denetim uygulamaktadır.

Araştırmaya katılan ebeveynler, özellikle dijital oyunlardaki şiddet içeriğinin çocuklara etkisine yönelik uzman desteğinin gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Örneğin E2, eğitim kurumlarında ailelere yönelik eğitimler düzenlenmesi gerektiğini dile getirmiştir. E4 de özellikle dijital oyunlar ve şiddet konusunda okul-aile birliği gibi kurumların daha etkin bir rol oynaması gerektiğini belirtmiştir. E6 ise öğretmenlerin bu konuda eğitilmesi gerektiğini dile getirmiştir. Diğer ebeveynlerde bu konuda uzman desteğine olumlu bakmaktadırlar.

Dijital Oyunların Çocuğa Etkileri

Dijital oyunların çocuklar üzerindeki etkisi konusunda ebeveynlerin olumlu etkiler ve olumsuz etkiler olmak üzere iki farklı görüşü vardır. Olumsuz etkiler kapsamı içinde şiddete yönelim, çocukların oyunlara çok zaman ayırması, çocukların sosyallikten uzaklaşması gibi konular bulunmaktadır. Örnek E6, “çocuğum, sürekli oyuna vakit harcıyor. Arkadaşları ile çok az vakit geçiriyor” diyerek çocuğun sosyalleşmesi konusunda oyunların olumsuz etkisi olduğunu ifade etmektedir.

Olumlu etkiler konusunda ise ebeveynler, çocukların oyunlar sayesinde yabancı dil öğrendiğini düşünürken özellikle eğitim amaçlı hazırlanan dijital oyunların çocukların

hayata hazırlanması konusunda önemli bir işlev üstlendiğini dile getirmektedirler. Özellikle eğitim amaçlı hazırlanan dijital oyunlar konusunda uzmanların aileleri bilgilendirmesi konusuna da dikkat çekilmektedir. Örneğin E2, “eğitici, güzel oyunlar var. Ben çocuklarımı bu oyunlara yönlendirmeye çalışıyorum” bu nokta söz konusu ebeveyn çocukların eğitimi için dijital oyunların önemli bir araç olabileceğini vurgulamaktadır.

Sonuç

Günümüzde çocukların en büyük eğlencelerinden birisi dijital oyunlardır. Çocukların boş vakitlerini değerlendirmede önemli bir yeri olan dijital oyunlar çeşitli riskler barındırmaktadır. Oyunların içeriğinde yer alan şiddet olgusu çocuklar için önemli bir risk faktörüdür. Bu araştırmada ebeveynlerin dijital oyunlardaki şiddet içeriği konusundaki farkındalıkları araştırıldı. Genel itibariyle çıkan sonuçlara bakacak olursak:

- Araştırmaya katılan ebeveynler bilgisayarı ve interneti daha çok iletişim kurmak ve boş vakitlerini geçirmek için kullanmaktadır.
- Araştırmaya katılan ebeveynler şiddeti toplumsal bir sorun olarak değerlendirmektedir.
- Araştırmaya katılan ebeveynler dijital oyunlardaki şiddet içeriğinin farkındadır.
- Araştırmaya katılan ebeveynler dijital oyunların başlıca olumsuz etkilerini: şiddete yönelim, bağımlılık ve anti-sosyallik olarak ifade etmektedir. Dijital oyunların olumlu etkileri konusunda ise eğitim amaçlı hazırlanan dijital oyunların varlığı öne çıkmaktadır.
- Örnekleme dahil edilen ebeveynlerin %70’i dijital oyunlardaki şiddet içeriğine karşı önlem almaktadır.
- Bu çalışmaya katılan ebeveynler çocuklarının zamanlarının önemli bir bölümünü dijital oyunlara ayırdığını belirtmiştir. Dijital oyunlara başlama yaşı 4 yaşa kadar düşmüştür. Çocukların dijital oyunlarla tanışmasında arkadaş çevresi etkilidir.
- Bu çalışmaya katılan ebeveynler, dijital oyunların zararlarından çocuklarını korumak için uzman desteğine ihtiyaç duyduklarını belirtmiştir.

Daha önce yapılan benzer araştırmalarla bir karşılaştırma yapmak gerekirse; 2015 yılında Aydoğdu Karaaslan tarafından yapılan “Dijital Oyunlar ve Dijital Şiddet Farkındalığı: Ebeveyn ve Çocuklar Üzerinde Yapılan Karşılaştırmalı Bir Analiz” başlıklı çalışmada ebeveynlerin dijital oyunlardaki şiddetin varlığından haberdar olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bu anlamda bu araştırmada elde edilen sonuçlar ebeveynlik farkındalığı açısından uyusmaktadır. Yine Aydoğdu Karaaslan’ın araştırmasında ebeveynlerin dijital oyunlar konusunda dışardan bilgilendirmeye ihtiyaç duydukları belirtilmiştir. Son olarak bu araştırmada ebeveynlerin dijital oyunlar konusundaki denetiminin olmadığı sonucu ortaya çıkmıştır. Bu noktada elde edilen bu bulgu bu araştırmada elde edilen bulgu ile uyusmamaktadır.

Benzer başka bir araştırmada Toran ve diğerleri (2016) tarafından yapılmıştır. “Çocukların dijital oyun kullanımına ilişkin annelerin görüşlerinin değerlendirilmesi” başlıklı çalışmada çocukların dijital oyunlara başlamasında aile içindeki dijital araçların kullanımının etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu anlamda elde edilen bu sonuç araştırmamızda elde edilen çocukların dijital oyunlara başlamasında arkadaş çevresinin en önemli etken olduğu sonucuyla çelişmektedir. Toran ve diğerlerinin yaptığı araştırmayla bu araştırma arasında uyuşan noktalar ise oyuna başlama yaşının üç yaşa kadar düşmesi ve uzman desteğine duyulan ihtiyacın vurgulanmasıdır.

Çalışmanın sonuçlarını ekme kuramı çerçevesinde değerlendirirsek ebeveynler ekme kuramının iddia ettiği gibi dijital oyunların çocuklarda şiddet eğilimi yarattığı düşüncesindedir. Ebeveynlerin çoğu şiddet içeren dijital oyunların uzun vadede çocukların zihnine şiddeti normal bir davranış biçimi gibi kodlayacağını düşünmektedir.

Çocukların, dijital dünyanın tehlikelerinden korunması için ebeveynlere önemli sorumluluklar düşmektedir. Ebeveynlik rolleri yerini dijital ebeveynlik rollerine bırakmaktadır. Araştırmaya katılan dijital ebeveynler, çoğunlukla dijital oyunların çocuklar üzerindeki etkileri konusunda bir farkındalığa sahiptir. Öte yandan hem çocuklar hem de ebeveynler bağlamında dijital okuryazarlık eğitiminin yaygınlaştırılması gelecek nesilleri dijital dünyanın risklerinden korumak için gereklidir. Bu konuda milli bir politika geliştirilerek çocukların daha sağlıklı bir dijital dünya deneyimi yaşaması sağlanmalıdır.

Kaynaklar

Akbulut, H. (2009). Gelenekselden Dijitale, Mekândan Uzama Oyun Kültürü. M.Binark, G. Bayraktutan-Sütçü ve I. B. Fidaner (Ed.), *Dijital Oyun Rehberi* (ss.25-82) İstanbul: Kalkedon.

Anderson, C. A. ve Dill, K. E. (2000). Video games and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and in life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78 (4), s.772-790. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.78.4.772>

Anderson, C. A., Carnagey, N. L., Flanagan, M., Benjamin, A. J., Eubanks, J. ve Valentine, J. C. (2004). Violent video games: Specific effects of violent content on aggressive thoughts and behavior. *Advances in Experimental Social Psychology*, 36, s.199-249. [https://doi.org/10.1016/S0065-2601\(04\)36004-1](https://doi.org/10.1016/S0065-2601(04)36004-1)

Anderson, C. A., Gentile, D. A. ve Buckley, K. E. (2007). *Violent video game effects on children and adolescents: Theory, research, and public policy*. New York: Oxford University Press. DOI:10.1093/acprof:oso/9780195309836.001.0001

Aydoğdu, K. İ. (2015). Dijital Oyunlar ve Dijital Şiddet Farkındalığı Ebeveyn ve Çocuklar Üzerinde Yapılan Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 8(36), s.806–818. <https://doi.org/10.17719/jisr.2015369545>

Bartholow, B. D., Sestir, M. A. ve Davis, E. (2005). Correlates and consequences of exposure to video game violence: Hostile personality, empathy, and aggressive

behaviour. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31(11), s.1573-1586. <https://doi.org/10.1177/0146167205277205>

Batmaz, V. ve Aksoy, A. (1995). *Türkiye’de Televizyon ve Aile*. T.C. Başbakanlık Aile Araştırma Kurumu. Ankara: Pan İletişim ve Araştırma Limited Şirketi.

Binark, M. (2007). Dijital Oyunlar, Sektör – İçerik ve Oyuncular. *Folklor ve Edebiyat*, Sanal Ortamda Dijital Oyun Kültürü Sayısı, 50, s.11-23.

Binark, M. ve Bayraktutan-Sütçü, G. (2008). *Kültür Endüstrisi Ürünü Olarak Dijital Oyun*. İstanbul: Kalkedon Yayınları.

Bird, J. ve Edwards, S. (2015). Children learning to use technologies through play: A Digital Play Framework. *British Journal of Educational Technology*, 46(6), s.1149-1160. <https://doi.org/10.1111/bjet.12191>

Bostancı, M. (2019). Dijital Ebeveynlerin Sosyal Medyada Mahremiyet Algısı. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 10 (38), s.115-128. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2019.3.005.x>

Büyüköztürk, Ş., Akgün, Ö. E., Karadeniz, Ş., Demirel, F. ve Kılıç, E. (2016). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Pegem Akademi Yayınları.

Carnagey, N. L. ve Anderson, C. A. (2005). The effects of reward and punishment in violent video games on aggressive affect, cognition, and behavior. *Psychological Science*, 16(11), s.882-889. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9280.2005.01632.x>

Colwell, J. ve Kato, M. (2003). Investigation of the relationship between social isolation, self-esteem, aggression and computer game play in Japanese adolescents. *Asian Journal of Social Psychology*, 6(2), s.149-158. <https://doi.org/10.1111/1467-839X.t01-1-00017>

Colwell, J. ve Payne, J. (2000). Negative correlates of computer game play in adolescents. *British Journal of Psychology*, 91(3), s.295-310. <https://doi.org/10.1348/000712600161844>

Creswell, J. W. (2007). *Qualitative inquiry & research design choosing among five approaches*. London: Sage Publications.

Darling, N. ve Steinberg, L. (1993). Parenting Style as Context: an Integrative Model. *Psychological Bulletin*, 113(3), s. 487-496. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.113.3.487>

Demirel, M., Yörük, M. ve Özkan, O. (2012). Çocuklar İçin Güvenli İnternet: Güvenli İnternet Hizmeti ve Ebeveyn Görüşleri Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(7), s.54-68.

Durkin, K. ve Barber, B. (2002). Not so doomed: Computer game play and positive adolescent development. *Applied Developmental Psychology*, 23(4), s.373–392. [https://doi.org/10.1016/S0193-3973\(02\)00124-7](https://doi.org/10.1016/S0193-3973(02)00124-7)

Erdoğan, İ. (1998). Gerbner'in Ekme Tezi ve Anlattığı Öyküler Üzerine Bir Değerlendirme. *Kültür ve İletişim*, 1(2), s.149-180.

Fleer, M. (2014). The demands and motives afforded through digital play in early childhood activity settings. *Learning, Culture and Social Interaction*, 3(3), s.202-209. <https://doi.org/10.1016/j.lcsi.2014.02.012>

Funk, J. B., Buchman, D. D. ve Germann, J. N. (2000). Preference for violent electronic games, self-concept, and gender differences in young children. *American Journal of Orthopsychiatry*. 70(2), s.233-241. <https://doi.org/10.1037/h0087738>

Funk, J., Hagan, J. ve Schimming, J. (1999). Children and electronic games: A comparison of parents' and children's perceptions of children's habits and preferences in a United States sample. *Psychological Reports*. 85(3), 883-888. <https://doi.org/10.2466/pr0.1999.85.3.883>

Gentile, D. A., Lynch, P. J., Linder, J. R. ve Walsh, D. A. (2004). The effects of violent video game habits on adolescent hostility, aggressive behaviours and school performance. *Journal of Adolescence*, 27, s.5-22. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2003.10.002>

Gentile, D.A. (2003). *Media Violence and Children: A Complete Guide for Parents and Professionals*. CA, Santa Barbara: Praeger Publishers. DOI:10.5860/choice.42-0622

Gerbner, G. (1959). Education and The Challenge of Mass Culture. *AV Communication Review*. Vol: 7, s. 264-278.

Gerbner, G. (1963). Communication and The Humanization of Homo Sapiens. *AAUW Journal*. Vol: 56, s.102-104.

Gerbner, G. (1967). Mass Media and Human Communication Theory. Frank E. ve X. Dance (Ed.). *Human Communication Theory: Original Essays* (ss. 40-60). New York: Holt, Rinehart & Winston.

Gerbner, G. (1985). Mass Media Discourse: Message System Analysis As A Component of Cultural Indicators. Teun A. van Dijk (Ed.). *Discourse and Communication: New Approaches to The Analysis of Mass Media Discourse and Communication* (ss. 13-25). Berlin: Walter de Gruyter & Co.

Güngör, N. (2013). *İletişim Kuramları ve Yaklaşımları*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Haddon, L. (2006). The contribution of domestication research to in-home computing and media consumption. *The Information Society*, 22(4), s.195-203. <https://doi.org/10.1080/01972240600791325>

Holsti, O. (1969). *Content Analysis For The Social Sciences And Humanities*. Reading: Addison-Wesley Publication.

<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.599.464&rep=rep1&type=pdf> Erişim Tarihi: 07.03.2020

<https://doi.org/10.1080/07380560903360178>

Huang, R. L., Lu, Z., Liu, J. J., You, Y. M., Pan, Z. Q., Wei, Z., ve Wang, Z. Z. (2009). Features and predictors of problematic internet use in Chinese college students. *Behaviour & Information Technology*, 28(5), s.485-490. <https://doi.org/10.1080/01449290701485801>

İnan, K. G., Bayraktar, M. ve Duygu, Y. Ö. (2018). Dijital Ebeveynlik Tutum Ölçeği: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26, s.149-173. DOI: 10.21764/maeuefd.390626

Jesper, J. (2005). *Half-Real: Video Games between Real Worlds and Fictional Worlds*. Cambridge: The MIT Press.

Kabakçı Y. I., Dönmez, O., Yaman, F. ve Odabaşı, H. F. (2013). Dijital Ebeveynlik ve Değişen Roller. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 12 (4), s.883-896.

Kang, G. J. ve Morgan, M. (1988). Culture Clash: Impact of U.S. Television in Korea. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 65(2), s. 431-438. <https://doi.org/10.1177/107769908806500225>

Kıran, Ö. (2011). Şiddet İçeren Bilgisayar Oyunlarının Ortaöğretim Gençliği Üzerindeki Etkileri (Samsun Örneği), Samsun Sempozyumu, http://www.samsunsempozyumu.org/Makaleler/2077774399_23_%C3%96zg%C3%BCr%20K%C4%B1ran.pdf, Erişim tarihi:11.10.2019.

Konijn, E. A., Bijvank, M. ve Bushman, B. J. (2007). I wish I were a warrior: The role of wishful identification in effects of violent video games on aggression in adolescent boys. *Developmental Psychology*, 43(4), s.1038-1044. <https://doi.org/10.1037/0012-1649.43.4.1038>

Krahe, B. ve Möller, I. (2004). Playing violent electronic games, hostile attribution style, and aggression related norms in German adolescents. *Journal of Adolescence*, 27(1), 53-69. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2003.10.006>

Kutner, L. ve Olson K. C. (2008). *Grand Theft Childhood: The Surprising Truth About Violent Video Games and What Parents Can Do*. New York City: Simon & Schuster.

Kühn, S., Kugler, D. ve Schmalen, K. (2018). Does playing violent video games cause aggression? A longitudinal intervention study. *Molecular Psychiatry*, 24(8), s.1220–1234. DOI: 10.1038/s41380-018-0031-7

Lieberman, D.A, Fisk M.C. ve Biely, E. (2009). Digital games for young children ages three to six: from research to design. *Computers in the Schools*, 26(4), s.299-313.

Livingstone, S. ve Helsper, E. J. (2008). Parental mediation of children's internet use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 52(4), s.581-599. <https://doi.org/10.1080/08838150802437396>

Mangır, M. ve Aktaş, Y. (1993). Çocuğun Gelişiminde Oyunun Önemi. *Yaşadıkça Eğitim*, 26 (16), s.14-19.

Mesman, G. R., Kuo, D. Z., Carroll, J. L. ve Ward, W. L. (2013). The impact of technology dependence on children and their families. *Journal of Pediatric Health Care*,

27(6), s. 451-459. <https://doi.org/10.1016/j.pedhc.2012.05.003>

Morgan, M. ve Shanahan, J. (1991). Television and the Cultivation of Political Attitudes in Argentina. *Journal of Communication*, 41(1), s. 88-103. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1991.tb02294.x>

Mustafaoğlu, R. ve Yasacı, Z. (2018). Dijital Oyun Oynamanın Çocukların Ruhsal ve Fiziksel Sağlığı Üzerine Olumsuz Etkileri. *Bağımlılık Dergisi – Journal of Dependence*, 19(3), s.51-58.

Özer, Ö. (2004). *Yetiştirme Kuramı: Televizyonun Kültürel İşlevlerinin İncelenmesi*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi Yayınları.

Özer, Ö. (2005). Yetiştirme Kuramı: Televizyonla Yaşamın İdeolojik Kültürel Sonuçlarına Yönelik Yapılan Araştırma. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), s.75–108.

Özet, İ. (2014). *Kent araştırmaları ve nitel yöntem*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özkan, S. (2017). Gerbner'in Kültürel Göstergeler Kuramı Bağlamında Televizyon Haber İçeriklerine İlişkin Bir Araştırma. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 2(4), s.129-141.

Pargman, D. ve Jakobsson, P. (2008). Do You Believe In Magic? Computer Games In Everyday Life. *European Journal of Cultural Studies*, 11 (2), s.225- 244. <https://doi.org/10.1177/1367549407088335>

Piepe, A., Charlton, P. ve Morey, J. (1990). Politics and Television Viewing in England: Hegemony or Pluralism. *Journal of Communication*, 40 (1), s. 24-35. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1990.tb02248.x>

Przybylski, A. K. ve Weinstein, N. (2019). Violent video game engagement is not associated with adolescents' aggressive behaviour: evidence from a registered report. *Royal Society Open Science*, 6(2), Article ID:171474. <https://doi.org/10.1098/rsos.171474>

Rideout, V. ve Robb, B. M. (2019). *Media Use By Tweens and Teens*. San Francisco, CA: Common Sense Media.

Rode, J. A. (2009, Eylül). Digital parenting: designing children's safety. In Proceedings of the 23rd British HCI Group Annual Conference on People and Computers: Celebrating People and Technology (ss. 244-251). British Computer Society.

Saito, S. (2007). Television and the Cultivation of Gender-Role Attitudes in Japan: Does Television Contribute to the Maintenance of the Status Quo. *Journal of Communication*, 57 (3), s.511–531. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00355.x>

Schell, J. (2008). *The Art of Game Design: a Book of Lenses*. Amsterdam: Elsevier/Morgan Kaufmann.

Sezen, T. İ. (2011). Dijital Oyunları Anlamak: Oyun, Anlatı, Yazılım ve Platform

Perspektiflerinden Dijital Oyunlar. G. T. Ünal ve U. Batı (Ed.). Dijital Oyunlar (ss. 119-148). İstanbul: Derin.

Şenol, S. (2006). *Çocuk ve gençlik ruh sağlığı*. Ankara: HYB Yayınları.

Tokel, T., Başer, D. ve İşler, V. (2013). Türkiye'deki Ebeveynlerin Çocuklarının İnternet ve Sosyal Paylaşım Siteleri Kullanımına Yönelik Bilgi Seviyeleri ve Algıları. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 9(1), s. 225-236.

Toran, M., Ulusoy, Z., Aydın, B., Deveci, T. ve Akbulut, A. (2016). Çocukların dijital oyun kullanımına ilişkin annelerin görüşlerinin değerlendirilmesi. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 24(5), s. 2263-2278.

Uhlmann, E. ve Swanson, J. (2004). Exposure to violent video causes increase automatic aggressiveness. *Journal of Adolescence*, 27(1), s.41-52. DOI: 10.1016/j.adolescence.2003.10.004

Walsh, D. (2000). Interactive violence and children: Testimony submitted to the committee on commerce, science, and transportation, United States Senate, March 21, 2000 [On-line]. Erişim adresi: <https://www.govinfo.gov/content/pkg/CHRG-106shrg78656/pdf/CHRG-106shrg78656.pdf> Erişim Tarihi: 04.03.2020.

We are social. (2019). Digital in 2019 Global Report. <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2019-global-overview>. Erişim Tarihi: 05.02.2020.

Yaylagül, L. (2006). *Kitle İletişim Kuramları*. Ankara: Dipnot Yayınları.

Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2013). *Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Seçin Yayıncılık.

Yıldırım, K. (2010). Nitel Araştırmalarda Niteliği Arttırma. *İlköğretim Online*, 9(1), s.79-92.

Young, K. S. (2004). Internet addiction: A new clinical phenomenon and its consequences. *American behavioral scientist*, 48(4), s. 402-415. <https://doi.org/10.1177/0002764204270278>

Yücel, G. ve Şan, Ş. (2018). Dijital oyunlarda bağımlılık ve şiddet: Blue Whale oyunu üzerinde bir inceleme. *AJIT-e: Online Academic Journal of Information Technology*, 9 (32), s.87-100. <https://doi.org/10.5824/1309-1581.2018.2.006.x>

Zendle, D., Kudenko, D. ve Cairns, P. (2018). Behavioural realism and the activation of aggressive concepts in violent video games. *Entertainment Computing*, 24, s.21-29. <https://doi.org/10.1016/j.entcom.2017.10.003>

5224 Sayılı Sinema Kanunu'nda Yapılan Son Değişiklikler ve Yeni Denetim Sistemi

The Latest Amendments on Cinema Law No. 5224 and New Supervision System

Kemal Cem Baykal, Dr. Öğr. Üyesi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-Posta: kcbaykal@comu.edu.tr

Anahtar Kelimeler:

Denetim,
Sinema Hukuku,
Yararcılık,
5224 Sayılı Kanun,
Paternalizm.

Öz

Bu çalışmada, 5224 sayılı Sinema Kanunu'nda yapılan ve 30.01.2019 tarihinde yürürlüğe giren değişiklikler, kökenlerini liberal yaklaşımdan alan Toplumsal Sorumluluk Kuramı ve J.S. Mill'in yararcılık felsefesi bağlamında ele alınmıştır. Özellikle eski ve yeni denetim sisteminin mukayese edilmesi amaçlanmış olup, betimleyici araştırma yöntemine başvurulmuştur. Çalışmanın sınırları gereği, yalnızca denetimle ilgili olan hükümler incelenmiştir. Bu bağlamda, 2004 yılında kurulan denetim sisteminde yapısal bir değişiklik yapılmadığı ancak birtakım eksikliklerin ve sorunların giderildiği saptanmıştır. Söz konusu değişikliklerle birlikte, mevcut film denetim sisteminin Toplumsal Sorumluluk Kuramı'nın öngördüğü 'pozitif özgürlük' kavramıyla uyumlu olduğunu söylemek mümkündür. Ancak Kanun'da yapılan değişikliklerde asıl öne çıkan husus, Devletin sinema sektörünün farklı kolları arasında hakemlik rolü üstlenmiş olmasıdır. Bu durumun nedeni sinema sektöründe son yıllarda yaşanan gelişmelerdir. Sinema salonu işletmecisi bir firmanın, Türkiye'deki salonların önemli bir kısmını kontrol etmesi ve bunun sonucunda sinema biletleri üzerinde yapıcı şirketlerin izni olmaksızın promosyon ve kampanyalar yapması ile film öncesinde gösterilen uzun reklamlar toplumun, film yapım şirketlerinin ve sinema sektörü çalışanlarının tepkisini çekmiştir. Böylece, film yapım şirketinin izni olmadan sinema biletleri üzerinde yapılacak tüm kampanyalar yasaklanmış, promosyonlu bilet satışı engellenmiştir. Yine toplumda tepki çeken bir konu olan film öncesinde gösterilen uzun reklamlara da sınırlama getirilmiştir. Bu hususlar her ne kadar sektörün kendi içinde çözmesi gereken konular olsa da kanımızca, sistemin aşırılıklarını giderme amacı taşıyan hukukî düzenlemeler serbest piyasa ilkesi ve yararcı liberalizmin sınırları içerisinde kabul edilebilir. 'Yumuşak' ya da 'elastik' paternalizm kavramıyla ifade edilebilecek bu anlayış, Devletin 'makul' sınırlar içerisinde kalan ve kamu yararını amaçlayan düzenlemeler yapmasına olanak vermektedir.

Keywords:

Supervision,
Cinema Law,
Utilitarianism,
Law No. 5224,
Paternalism.

Abstract

In this study, the amendments on Cinema Law No. 5224 entered into force on 30.01.2019 are examined, in the context of John Stuart Mill's utilitarianism and Social Responsibility Theory whose origins from liberal approach. Particularly, it is aimed to compare the old and new control systems and descriptive research design is preferred. In accordance with the limits of this study, only the provisions related to supervision are examined. In this context, it is determined that there was no structural change in the supervision system established in 2004, but some deficiencies and problems were eliminated. With these changes, it is possible to indicate that the current film supervision system is compatible with "positive liberty" which is a concept stipulated by the Social Responsibility Theory. But, the prominent issue with the amendments on law is that the state has played an arbitrator role from different areas of the cinema sector. The reason for this situation is the developments in the cinema sector in recent years. The way a movie house company controls a considerable portion of movie theaters in Turkey, and as result, presents special offers and promotions along with lengthy commercials before screenings caused backlash amongst movie companies and film industry laborers. Thus, all the campaigns related to cinema tickets were banned and the sale of promotional tickets was prevented without the permission of the film production company. Also, restrictions were placed on the long commercials shown before the film, which is a subject that attracts public reaction. Although these are issues that the industry must resolve within itself, legal regulations aiming to eliminate the excesses of the system can be accepted within the boundaries of free market and Utilitarian Liberalism. This conception, which can be expressed with the concept of "soft" or "elastic" paternalism, allows the state to make arrangements that fall within the "reasonable" boundaries and aim for the public good.

Araştırmacı Orcid ID : <https://orcid.org/0000-0002-6879-4391>
Geliş Tarihi : 15.06.2020
Kabul Tarihi : 24.08.2020

Giriş

Sinema henüz yüz yıldan biraz fazla bir geçmişe sahip olsa da görsel sanatları denetleme fikri tarihin çok eski dönemlerine uzanmaktadır. Bu durumun nedeni, antik çağlardan itibaren yöneticilerin, bu tür anlatıların toplumlar üzerinde büyük bir etkiye sahip olduğunu varsayması ve dolayısıyla da bu anlatıları kontrol etme arzusudur.

Platon, tarihte kurmaca anlatıların sansür edilmesi gerektiğini savunan ilk düşünürlerdendir. Platon'a göre (2005: 64), ideal devlette ilk iş masalcıları kollamak olmalıdır: *"Masalları güzelse, bırakacağız söylesinler. Kötüyse yasak edeceğiz. Anaları, dadıları kandırıp, çocuklara yasak ettiğimiz masalları anlattırmayacağız. Çocukların bedenlerinden önce, güzel masallarla ruhlarını yoğurmalarını isteyeceğiz. Bugün anlatılan masallara gelince, çoğunu atmalı..."* Platon'un uydurma olduğu gerekçesiyle atılmasını istediği masallara, Homeros'un ünlü destanları da dâhildir.

Antik dönemde, tiyatro oyunlarının sansüre konu olduğu bilinmektedir. Ancak, tiyatronun halka ideal yurttaş bilinci aşıl原因 bir araç olarak kullanıldığı da görülmüştür. Guerrini'ye göre (2018: 826) antik Atina demokrasisinde tiyatro, bireyle toplum arasındaki ilişkileri yansıtır. Bu didaktik-siyasî işlev, Atina tiyatrosunu polis (kent devleti) tarafından teşvik edilip korunan ve tüm yurttaşların dâhil olduğu bir devlet gösterisi haline getirmiştir. Ayrıca, en varlıklı yurttaşlar sahneleme maliyetini sırayla üstlenirler ve yoksul yurttaşların bilet parası da polis tarafından karşılanırdı.

İlk film gösteriminin yapıldığı 1895 yılında itibaren özellikle Avrupa'da sinema alanı özellikle sakıncalı içeriklerin engellenmesi amacıyla kontrol edilmeye başlanmıştır. İlk merkezî denetimin 1912 yılında İngiltere'de başladığı bilinmektedir. Türkiye'de ise ilk merkezî denetim 1932 yılında başlamıştır. 1939 Nizamnamesi ile kurulan oldukça katı denetim sistemi, 1977 ve 1983 yıllarında küçük değişikliklere uğramış ve 1986 yılına kadar varlığını sürdürmüştür. 1986 yılında, dönemin liberal politikalarına uygun olarak çıkarılan 3257 sayılı Sinema, Video ve Müzik Eserleri Kanunu (R.G. Tarih: 07.02.1986 / Sayı: 19012) ile denetimde önemli bir yumuşama yaşanmıştır.

2004 yılında, Avrupa Birliği'ne uyum sürecinin etkisiyle çıkarılan 5224 sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun (R.G. Tarih: 21.07.2004 / Sayı: 25529) ile birlikte, sinema alanının düzenlenmesinde oldukça demokratik bir adım atılmıştır.

5224 sayılı Kanun ile birlikte, ilk kez senaryolar tamamen denetim dışı bırakılmıştır. Değerlendirme kurullarına doktora dereceli üyelerin ve meslek temsilcilerinin dâhil edilmesiyle denetim daha bilimsel ve profesyonel hale gelmiştir. Değerlendirme kurulları sivilleşmiş, değerlendirme kriterleri yumuşamıştır. Önceki dönemlerdeki sansürü öne çıkaran anlayış terk edilmiş ve ilk kez detaylı bir film sınıflandırma sistemi oluşturulmuştur. Film desteklemesi, Devletin önemli bir görevi haline gelmiştir. Hatta bu husus, Kanun'un adında bile yer almıştır (Baykal, 2015: 272-273).

2000'li yıllar aynı zamanda Türkiye'de sinema sektörünün canlandığı yıllar olmuştur. Bu canlanmada, 5224 sayılı Kanun'un öngördüğü şekilde Kültür ve Turizm Bakanlığı bünyesinde bulunan Sinema Genel Müdürlüğü'nün sektöre verdiği desteklerin

de payı büyüktür. Bu dönemde, yapılan film sayısında, sinema salonlarının sayısında ve izleyici sayısında önemli artışlar olmuştur. Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) verilerine göre (tuik.gov.tr, 16.06.2020), 2005 yılında sinema salonlarında 18 milyon film izleyicisi mevcut iken, bu sayı 2012 yılında 39 milyona, 2018 yılında ise 64,8 milyona yükselmiştir. Yine aynı şekilde, 2005 yılında sinema salonlarında gösterilen film sayısı 25076 iken, bu sayı 2012 yılında 37546'ya, 65501'e yükselmiştir.

Sinema sektöründeki büyüme, ekonomik getirisinin yanında sektörün içerisindeki farklı unsurlar arasında da birtakım çatışmalara yol açmıştır. Artan bilet fiyatları, rantın paylaşılması konusunda sinema salonu işletmecileri ile film yapım şirketlerini karşı karşıya getirmiş ve bu durumun sonucunda, 5224 sayılı Kanun'da birtakım değişiklikler yapmak üzere 7163 sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun kabul edilmiştir (R.G. Tarih: 30.01.2019 / Sayı: 30671).

Yapılan değişiklikte Devlet hakem olarak sürece dâhil olmuştur. Ayrıca, denetim sisteminde de köklü olmayan birtakım değişiklikler yapılmıştır. Bunun yanı sıra, 5224 sayılı Kanun'a dayanılarak çıkarılan Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik (R.G. Tarih: 18.02.2005 / Sayı: 25731) ilga edilerek yerine aynı adla farklı bir Yönetmelik (R.G. Tarih: 22.10.2019 / Sayı: 30926) çıkarılmıştır.

Bu çalışmada 5224 sayılı Kanun'da yapılan değişikliklerin etraflıca incelenmesi amaçlanmıştır ve söz konusu değişikliklerin kapsamı denetimle ilgili olan hükümlerle sınırlı tutulmuştur. Zira özellikle film desteklemesiyle ilgili yapılan değişikliklerin kapsamı başka bir çalışmanın konusunu oluşturacak kadar geniştir. Çalışmada betimleyici araştırma yöntemine başvurulmuştur. Bu yöntem, bir durumun, koşulun, insanın, ilişkinin, faaliyetin, iletişim sürecinin ve uygulanan politikanın “ne olduğunu” tarif etme açıklığa kavuşturmaya olanak sağlamaktadır. Ayrıca, bu yöntem karşılaştırma ve değerlendirmeler yapmaya da olanak sağlamaktadır (Erdoğan, 2003: 138-139). Bu bağlamda, denetim sisteminde yapılan değişikliklerin nitelikleri ve Devletin sinema sektörünün farklı unsurları arasında üstlendiği hakemlik rolü, kamu yararı ilkesi ve özgürlükler çerçevesinde John Stuart Mill'in yararcılık felsefesinin sunduğu bakış açısıyla tanımlanmış, değerlendirilmiş ve Kanun değişikliğinden önceki dönemle mukayese edilmiştir. Ayrıca, saptanan çeşitli sorunlar için birtakım çözüm önerileri de getirilmiştir. Çalışma iki ana başlıktan oluşmaktadır. İlk başlıkta sinema filmlerinin denetiminin felsefi temelleri tarihsel bir bakış açısıyla ele alınmış, ikinci başlıkta ise sinema filmlerini denetleme sisteminin yeni hali dört alt başlık içerisinde incelenmiştir.

Sinema Filmlerinin Denetlenmesinin Felsefi Temelleri

Sinema filmlerinin denetlenmesinin felsefi temelleri bu başlık altında liberal bakış açısı çerçevesinde ele alınmıştır. Ancak, bu noktada liberal öğretinin içerisinde farklı görüşlerin olduğunu belirtmekte yarar vardır. Dolayısıyla, kimi liberaller ifade özgürlüğü ve kitle iletişim teşebbüsü gibi alanlara hiçbir devlet müdahalesini kabul etmezken, kimi

liberal düşünürler “kamu yararı” ve “ortak mutluluk” adına yapılan ve aşırıya kaçmayan bir müdahaleye olumlu bakmaktadır.

‘Birey’den ziyade kamu yararına odaklanan klâsik liberaller ve yararçı öğretiyeye değinmeden önce ‘ultra liberalizm’ kavramını açıklamakta yarar vardır. Friedrich Hayek, Milton Friedman, Frederic Bastiat ve Herbert Spencer gibi düşünürlerin temsil ettiği ultra liberaller, devletin ekonomik ya da toplumsal bir sorunu çözmeye yönelik her türlü müdahalesini reddetmektedir. Ultra liberaller, klâsiklerin aksine minimal devletten yanadırlar. Örneğin Hayek’e göre, özgürlük en üstün iyidir ve özgürlüğün yararlarla ilgili nedenlere dayanılarak sınırlandırılmasına asla izin verilmemelidir (Vergara, 2014: 165, 174 vd.).

Ultra liberallerin minimal devleti, şüphesiz kitle iletişim alanı için de geçerlidir. Örneğin, Freidman (2018: 71-72), ABD üzerinden, bir liberalin devlete biçtiği rol çerçevesinde devlet müdahalesinin haklı gösterilemeyeceği alanlardan biri olarak radyo ve televizyonun Federal İletişim Komisyonu (*Federal Communications Comission-FCC*) tarafından kontrol edilmesini örnek göstermektedir. Bu durum, Freidman’a göre ifade özgürlüğünü açıkça ihlâl etmektedir.

Klâsik liberaller ise devlet müdahalesi konusunda ultra liberallerden farklı düşünmektedir. Örneğin Adam Smith sınırsız bir özgürlükten yana değildir ve özellikle kâr oranı, eğitim, kamu sağlığı vb. konularda devlet düzenlemesinden ve müdahalesinden yana olmuştur (Vergara, 2014: 81). Adam Smith’e göre (2009: 307), toplumun her türlü refah kaygısı diğer her gayeye karşı ağır basmalıdır.

Yararçılar da klâsik düşünürler gibi bireyin karşısında toplumu öne çıkarmaktadır. Yararçı öğretinin en önemli temsilcilerinden John Stuart Mill (2015: 114, 130), bireyin kendisini ilgilendiren eylemlerinde özgür olduğunu ancak bu eylem sonucu her ne zaman başka bir bireye veya topluma bir zarar gelirse ya da belli bir zarar gelme tehlikesi olursa, bu durumun özgürlük alanından çıkıp etik ve yasanın alanına gireceğini belirtmektedir. Dolayısıyla, başkalarının çıkarlarına zararlı olan edimlerden birey sorumludur ve bu nedenle toplumsal ve hukukî cezaya tâbi tutulabilir.

Mill, 1854 yılında eski dostu George Grote’a, “Özgürlük Üzerine” (*On Liberty*) adlı eserinde aynı anda hem özgürlük hem de denetimi savunduğunu belirtmiş ve iki kavramın birbiriyle ilişkili olduğunu savunmuştur. Ayrıca Mill, negatif özgürlük kavramını reddederek, pozitif özgürlük fikrini kabul etmektedir. Burada Mill, kendini kısıtlamanın kökeninde erdeme ulaşma arzusunun yattığını savunmaktadır (Hamburger, 1999: 3, 5). Bu bağlamda Mill, zorunlu eğitimin düzenlenmesi ile küçük yaşta evlilikler, doğum kontrolünün düzenlenmesi ve karşılıklı rıza ile boşanmanın caydırılması gibi kişisel konularda devlet müdahalesini desteklemektedir (Cohen, 2012: 3).

Mill’in ifade özgürlüğüne ilişkin de öngördüğü birtakım sınırlamalar bulunmaktadır. Mill’e göre, insanları harekete geçirecek düzeyde tahrik içeren olumsuz ifadeler ile ahlâk kurallarının uluorta ihlâl edilip insanları tahrik edebileceği durumlarda devletin yasal olarak bu durumu kontrol etme yetkisi bulunmalıdır (Cohen, 2000: 18, 21).

Mill’in yararçı liberalizmi, 1956 yılında kitle iletişim alanının denetlenmesi

konusunda yayınlanan ve Fred S. Siebert, Theodore Peterson ile Wilbur Schramm tarafından kaleme alınan Basının Dört Kuramı adlı eserde yer alan Toplumsal Sorumluluk Kuramı ile benzerlikler içermektedir. Bu bağlamda, Toplumsal Sorumluluk Kuramı, kitle iletişim alanının kamu yararı ve toplumsal zararın önlenmesi gibi amaçlarla asgari düzeyde denetlenebileceğini öngörmektedir. Buradaki anahtar kavram ise, Mill'in de bahsettiği pozitif özgürlük kavramıdır (bkz. Siebert vd., 1984).

Toplumsal Sorumluluk Kuramı, “dışarıdan gelen baskılara karşı özgür olmak” anlamındaki negatif özgürlüğü kabul etmekle birlikte, “bir amacı gerçekleştirmek için özgür olmak” anlamına gelen “pozitif özgürlük” kavramını esas almaktadır. Bu noktada, pozitif özgürlük daha eksiksiz bir nitelik arz etmektedir (Siebert vd., 1984: 93).

O halde, insanlarla ilk kez 1895 yılında tanışan ve en etkili kitle iletişim araçlarından biri olan sinema alanının pozitif özgürlük anlayışı çerçevesinde hükümetler tarafından özgür bırakılması ve ancak çok kamusal zararlara yol açabilecek zarurî nedenlerin ortaya çıkması halinde asgari sınırlamalara tâbi tutulması en sağlıklı yöntem olacaktır.

Dünyada, farklı ulusal veya bölgesel sansür kültürlerinin içinde yer alan çok farklı derecede çeşitli sansür sistemleri, yöntemleri ve uygulamaları zaman içerisinde radikal bir değişim geçirmiştir (Biltereyst ve Winkel, 2013: 4). Bu değişimin yönü, özellikle Batı dünyası göz önünde bulundurulduğunda, günümüze değin giderek demokratikleşmeye doğru olmuştur. Türkiye de bu gruba dâhildir. Daha önce de bahsedildiği üzere, ilk kez 1932'de başlayan sistemli denetim, 1939 yılında çıkarılan, yaklaşık 40 sene yürürlükte kalan ve soğuk savaş döneminin de etkisiyle dünyadaki en katı film denetim sistemlerinden birini ortaya çıkaran Nizamname (Tüzük) ile devam etmiştir. 1980'lerin kendine özgü koşulları ve Türkiye'nin de liberal politikalar geliştirmesiyle birlikte 1986 yılında sinema alanı ilk kez bir Kanun ile düzenlenmiş (3257 sayılı Sinema, Video ve Müzik Eserleri Kanunu) ve bu Kanun, sinema alanında o güne kadar yapılan en demokratik hukukî düzenleme olmuştur. 1990'lı yılların ikinci yarısında Türkiye ile Avrupa Birliği (AB) arasındaki ilişkilerinin gelişmesi ve 1999 yılında Türkiye'nin “aday ülke” statüsü kazanması gibi gelişmeler sonucunda 2004 yılında Türk sinema tarihindeki en demokratik kanun olarak ifade edilebilecek 5224 sayılı Kanun yürürlüğe girmiştir. Türkiye'deki sistem halen hükümetlere bağlı ve özerk olmayan bir devlet denetim sistemidir. Filmlerin devletler tarafından gösterime veya ticarî dolaşıma girmeden önce denetlenmesine dayanan bu sistemi, İçel, ‘sansür sistemi’ olarak adlandırmaktadır (bkz. Baykal, 2015).

2000'ler, aynı zamanda yeni iletişim teknolojilerinin de geliştiği ve geleneksel film izleme anlayışının dönüşüme uğradığı yıllar olmuştur. McQuail'a göre (2010: 65 – 66), son zamanlarda geniş bant internet, cep telefonu gibi teknolojiler film izlemeyi kamusal olmaktan çıkarıp özel alana taşımıştır. Bunun sonucu olarak korku, şiddet ve cinsellik gibi içerikler daha kolay üretilir hale gelmiştir. Söz konusu özgürleşmeye rağmen, yeni teknolojiler dolayısıyla daha az ‘kitlesele’ bir araç haline gelen filmler gerek politik gerekse kendi öz anlatımları bağlamında tüm haklara sahip olamamakta ve Avrupa'da birçok ülke tarafından lisans, sansür ve kontrol gibi araçlarla denetim altında tutulmaktadır.

Örneğin, İngiltere'de sinema filmleri, devlet kuruluşu statüsünde olmayan İngiliz Film Sınıflandırma Kurulu (*British Board of Film Classification-BBFC*) tarafından

müstehcenlik, küfür, başkalarını karalama ve ırkçı nefrete teşvik gibi nedenlerle sansür edilebilmektedir (Feintuck ve Varney, 2006: 21). Amerika Birleşik Devletleri'ndeki (ABD) sistem de İngiltere ile benzerlik göstermektedir. Kendisini ülkenin “en güçlü ve en canlı endüstrilerinden birinin sesi” olarak nitelendiren Amerikan Film Yapımcıları Birliği (*Motion Picture Association of America-MPAA*) herhangi bir siyasî otoriteye bağlı değildir. MPAA, sektörün yararını temsil etmeyi amaçlamakta ve Fox, Paramount, Sony, Universal, Walt Disney ve Warner Bros'un temsilcilerinin olduğu altı üyeden oluşmaktadır (McDonald, 2015: 686). Bu özdenetim sistemlerinin aksine, Arjantin, Dominik, Irak, İsrail, Meksika ve Pakistan gibi bazı ülkelerde denetimin yalnızca devlet tarafından yapıldığı sansür sistemi uygulanmaktadır (İçel, 2018: 453). Türkiye de bu sisteme dâhildir. Almanya'da ise hem devletin hem de sektörün katılımıyla kurulan ortak denetim sistemi mevcuttur.

Denetimin yapısı ne olursa olsun, McQuail'in eleştirisinden yola çıkarak, yeni iletişim teknolojilerinin yaşamın her alanını kuşattığı günümüz dünyasında sinema filmleri üzerindeki denetimin birçok ülkede yaşanan ‘demokratikleşme’ politikalarına rağmen halen sürdüğünü görmek mümkündür. Kanımızca, bu denetimin sürmesinin en önemli nedeni gerek hükümetler gerekse sektörün oluşturduğu özdenetim kuruluşları tarafından sinema filmlerinin toplum üzerinde ‘çok etkili’ olduğu varsayımdır. Dolayısıyla sinema filmlerinin kamunun zararına yol açabileceği düşünülmektedir. Yeni iletişim teknolojileriyle birlikte, insanların çok daha fazla görsel anlatı izler hale gelmesi bu kaygıyı körüklemektedir. Ayrıca, yeni iletişim teknolojilerinin hukukun işini zorlaştırıcı bir yönü de mevcuttur. Örneğin, denetleyici kuruluşlar, 2000'li yılların başında yalnızca sinema salonlarında gösterime giren veya gösterim haricinde ticarî dolaşıma konu olan filmleri (VCD, DVD, Blu-Ray vd.) denetlemekle yükümlüken, bugün özellikle internet üzerinde yondeşen dijital medyanın bir sonucu olarak tüm dünyaya yayılan binlerce film platformu mevcut hale gelmiştir. Kanımızca, yapısı ve niteliği ne olursa olsun hiçbir denetleyici otoritenin, bu platformların dolaşıma çıkardığı devasa enformasyonu sağlıklı biçimde denetleme olanağı bulunmamaktadır. Bu büyük bilgi dolaşımı, aynı zamanda birçok telif hakkı sorununa da yol açmaktadır.

Yeni iletişim teknolojilerinin, sinema filmi izleme eylemini sinema salonlarından ve evlerden cep telefonlarına taşınması, insanların toplu taşıma, işyeri, okul, kütüphane gibi birçok ortamda kurmaca enformasyona maruz kalmaları sonucunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, hiçbir denetimden geçmemiş korsan filmlere ulaşma imkânı da yeni teknolojiler sayesinde hiç olmadığı kadar kolaylaşmıştır. Dolayısıyla tüm bu durumlar, denetim kaygısını da artırmaktadır. Ancak, hukuk teknoloji ile aynı hızda ilerleyemediğinden, bugün bu denetimin nasıl sağlıklı şekilde yapılabileceği hususuna net bir yanıt verilememektedir. Kanımızca, özellikle ilerleyen yıllarda teknolojinin geleceği nokta bu tartışmanın yönünü belirleyecektir.

5224 Sayılı Kanun'da 30.01.2019 Tarihinde Yürürlüğe Giren Değişiklikle Öngörülen Yeni Denetim Sistemi

5224 sayılı Kanun'da yapılan değişiklikler neticesinde uygulanmaya başlayan yeni denetim sistemi, sinema filmlerinin denetlenmesi bakımından bazı değişiklikler

içermekle birlikte esas olarak sinema salonu işletmecilerinin denetlenmesi bakımından radikal birtakım hükümler getirmiştir. Söz konusu değişiklikler, aşağıda dört alt başlık altında incelenmiştir.

Sinema Filmlerinin Denetlenmesi

Kanun'un yeni haline bakıldığında, sinema filmlerinin denetiminin niteliği bakımından yapısal herhangi bir değişikliğe gidilmediği görülmektedir. Zira halen Kanun'u uygulamakla yetkili kurumun Kültür ve Turizm Bakanlığı olduğu göze çarpmaktadır (m. 3/1-a). Dolayısıyla, özerk bir denetim anlayışı yerine doğrudan hükümetler eliyle yürütülen denetim anlayışı devam etmektedir.

5224 sayılı Kanun'un yeni halinde, sinema filmleri bakımından mevcut olan ön-denetim (sansür) sistemi korunmakta ve bu ön-denetim, "Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulu" ile alt kurullar olmak üzere iki farklı mekanizmadan oluşmaktadır (m.4)¹. Dolayısıyla, Türk sinema tarihinde uzun yıllardır devam eden ikili denetim sisteminin halen devam ettiğini söylemek mümkündür. Sinema filmleri ilk olarak alt kurullarca denetlenecek; alt kurulların talebi, filmin yapımcısının itirazı veya Bakanlığın yeniden değerlendirme ve sınıflandırma talebi doğrultusunda "üst değerlendirme kurulu" konumunda bulunan Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulunca yeniden denetlenecektir (m.4/4-5). Ayrıca, iş yüküne bağlı olarak birden fazla alt kurul oluşturmak mümkündür.

Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik, alt kurulların görevlerine bir yenisini eklemektedir. Artık alt kurullar, sinema filmlerinin ilk denetimini yapmanın yanı sıra sinema filmlerinin fragmanlarının (tanıtım) da denetimi ile görevlendirilmiştir (m.5/1). Dolayısıyla artık filmlerin yanı sıra film fragmanları da denetime tabidir. Fragmanların da tıpkı sinema filmleri gibi sinema salonlarında gösterildiği ve sonraki başlıkta detaylı olarak ele alınacağı üzere en az üç dakika gösteriminin zorunlu tutulduğu düşünüldüğünde bu düzenlemenin yerinde bir düzenleme olduğunu söylemek mümkündür. Zira fragmanların da özellikle çocuk ve gençleri olumsuz yönde etkileme potansiyeli mevcuttur.

5224 sayılı Kanun'un önceki halinde alt kurullar ile Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulu üyelerinin ne kadar süre ile seçileceği ve üyeliklerinin yenilenmesine dair bir hüküm bulunmaması tarafımızca eleştirilmişti (2015: 200, 2014). Sinema filmlerinin denetlenmesine ilişkin Yönetmelik ile getirilen yeni düzenlemeyle bu sorunun çözüldüğü görülmektedir. Buna göre alt kurul üyelerinin görev süresi iki yıl olarak belirlenmiştir. Ayrıca, alt kurullardaki meslek birlikleri temsilcileri ile psikologların iki dönem üst üste seçilemeyeceği hükme bağlanmıştır (m.5/3). Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulu üyelerinin de görev süresi iki yıldır. Meslek birlikleri temsilcileri iki dönem üst üste seçilemezler (m.7/2). Kanımızca, bu yeni düzenleme, denetimi hep aynı kişilerin yapmaması, dolayısıyla da tarafsızlığın tesis edilmesi bakımından olumludur.

¹ Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulu; Bakanlık ile İçişleri ve Millî Eğitim bakanlıklarından birer üye, ilgili alan meslek birliklerince önerilecek uzman kişiler arasından Bakanlıkça seçilecek üç üye ile Bakanlık tarafından belirlenecek, alanında doktora derecesi bulunan bir sosyolog, bir psikolog ve bir çocuk gelişimi uzmanı olmak üzere toplam dokuz üyeden oluşur. Kurul, en az altı üyenin katılımıyla toplanır ve beş üyenin aynı yöndeki oyuyla karar alır. Kurul, ön değerlendirme ve sınıflandırma yapılması amacıyla alt kurullar oluşturarak çalışabilir. Alt kurul, Bakanlık temsilcisi, meslek birliklerince önerilenler arasından Bakanlıkça seçilecek sektörden bir temsilci ile bir psikolog olmak üzere üç kişiden oluşur (bkz. m4/2).

Denetim bağlamında, kurulların yanı sıra, değerlendirme kriterlerine de bakmak yerinde olacaktır. 5224 sayılı Kanun'un ve Sinema filmlerinin denetlenmesine ilişkin Yönetmeliğin önceki hallerinde bulunan çeşitli hükümlere bakıldığında genel ahlâk, kamu düzeni, pornografi, küçüklerin ve gençlerin ruh ve beden sağlığının korunması, insan onuruna uygunluk, Anayasa'da öngörülen diğer ilkeler, cinsellik ile korku ve şiddet olmak üzere sekiz tane değerlendirme ve sınıflandırma kriteri mevcuttu (Baykal, 2015: 216).

Sinema filmlerinin denetlenmesine ilişkin yeni Yönetmelik, yukarıdaki sekiz maddeye ek olarak değerlendirme ve sınıflandırma aşamasında göz önünde bulundurulacak yeni birtakım kriterler getirmektedir. Bunlar, çıplaklık (cinsellik kriteri ile birlikte aynı koruyucu işarete yer almaktadır), uyuşturucu madde ile kaba ve argo dil kullanımını (m.10/1). Özellikle çocukların ve gençlerin korunması bakımından bu kriterlerin Yönetmelik'e eklenmesi kanımızca olumludur. Ancak, özellikle İngiliz sinema hukukunda olduğu gibi yayınlanacak bir kitapçıkla bu olumsuz içeriklerin hangi yaş grubu için ne kadarının tolere edilebileceği net ifadelerle açıklanmalıdır. Aksi takdirde, denetleyici kurullara geniş bir yorum yetkisi verilmiş olmaktadır.

Sinema filmlerinin denetlenmesine ilişkin Yönetmelik'in önceki halinde, yukarıda bahsedilen değerlendirme ve sınıflandırma kriterlerine aykırı olan sinema filmlerinin sansür edilebileceği, 'genel izleyici kitlesi' için uygun bulunabileceği veya çeşitli yaş gruplarına göre sınıflandırılabilirliği hususları düzenlenmişti. Söz konusu kategoriler 7+, 7A, 13+, 13A, 15+, 15A, 18+ olarak belirlenmişti².

Yönetmeliğin yeni halinde, yetişkinlerden ziyade çocukların ve gençlerin korunmasını amaçlayan sınıflandırma sisteminin devam ettiği görülmektedir. Denetleyici kurullar, filmleri sansür edebileceği veya genel izleyici kitlesi için uygun bulabileceği gibi çeşitli yaş gruplarına göre de sınıflayabilmektedir. Yeni kategoriler şu şekilde düzenlenmiştir: 6+, 6A, 10+, 10A, 13+, 13A, 15+, 18+.

Yeni düzenlemede sınıflama kategorilerinin arttığı ve eski sisteme nazaran daha dengeli olarak ayrıldığı görülmektedir. Örneğin, eski düzenlemede 7 ile 13 kategorileri arasında altı yaşlık fark mevcutken, 13 ile 15 arasında yalnızca iki yaşlık fark mevcuttur. Kanaatimizce, özellikle çocukluk ve ilk gençlik yıllarında her yaşın kendine özgü davranış kalıpları bulunduğundan söz konusu kategorilerin artması ve daha dengeli olarak bölünmesi olumlu bir gelişmedir. Ancak, daha önce de eleştirdiğimiz üzere (2015: 242), özellikle Türkiye'de eğitim seviyesinin görece düşük olduğu bölgelerin halen fazla olduğu düşünüldüğünde, 6A, 10A ve 13A sınıflandırmalarının öngördüğü, çocukların ve gençlerin sakıncalı içerikli filmleri ailesi eşliğinde izlemesi hususu sağlıklı bir uygulama değildir. Bu düzenleme, her ailenin çocuğunu filmin sakıncalı içeriğine karşı koruyabileceği veya doğru davranışa yönlendirebileceği ön kabulüne dayanmaktadır. Oysaki uygulamada bu durumun gerçekleşmesi oldukça zordur.

Sinema filmlerinin denetlenmesine ilişkin Yönetmelik'in önceki halinde, sınıflandırılan filmlerin televizyonda yayınlandıkları takdirde, bu yayının hangi saatte

2 7A, 13A ve 15A kategorileri, söz konusu yaşın altındaki kişilerin filmi ailesi eşliğinde izlemesi gerektiği anlamına gelmektedir. 7+, 13+, 15+ ve 18+ kategorileri ise söz konusu yaşın altındaki izleyicilerin filmi hiçbir koşulda izlememesi gerektiğini ifade etmektedir.

yapılacağına alt kurulların veyahut Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulunun karar vereceği belirtilmekteydi. Yeni Yönetmelik ile bu hüküm kaldırılmıştır. Kanımızca, bu da yerinde bir uygulamadır. Zira her kitle iletişim mecrası birbirinden farklı özellikler arz etmektedir. Televizyon yayıncılığı, Radyo ve Televizyon Üst Kurulu'nun (RTÜK) yetkili olduğu bir alandır.

Yeni düzenlemede değişikli yapılan diğer bir husus ise festival filmleri ile ilgilidir. Düzenlemenin eski halinde yabancı festival filmleri denetime tâbî değil iken yerli festival filmlerinin festival alanlarında gösterimi için denetim şartı aranmaktaydı. Yerli ve yabancı filmler arasındaki bu ayırım, tarafımızca eleştirilmişti (Baykal, 2015: 195). Yeni düzenlemede bu sorun ortadan kaldırılmıştır. 5224 sayılı Kanun'un güncel haline göre, menşesine bakılmaksızın Bakanlıkça değerlendirmesi ve sınıflandırması yapılmamış sinema filmleri; festival, özel gösterim ve benzeri kültürel ve sanatsal etkinliklerde 18+ yaş ibaresi ile herhangi bir denetime gerek kalmaksızın gösterilebilecektir (m.7/2).

Sinema Sektörünün Korunması ve Sinema Salonlarının Denetlenmesi

Bu başlıkta, 5224 sayılı Kanun'da yapılan değişikliklerin en çok gündeme gelen ve en çok tartışılan kısmı olan sinema salonlarının denetlenmesine ilişkin düzenlemeler ele alınmıştır. Bu bağlamda, ilk alt başlıkta özellikle sinema salonları ile film yapım şirketleri arasında yıllardır yaşanan sorunlar somut olaylar üzerinden irdelenmiş ve ardından, getirilen düzenlemenin özellikleri üzerinde durulmuştur. İkinci alt başlıkta ise, sinema salonlarına yönelik yeni düzenlemenin olumlu ve sakıncalı tarafları 'paternalizm' kavramı çerçevesinde değerlendirilmiştir.

Yeni Düzenlemeye Yol Açan Gelişmeler ve Yeni Düzenlemenin Getirdikleri

Yeni düzenlemede göze çarpan ilk husus, sinema filmleri öncesinde gösterilen reklam ve fragmanlara ilişkin kısıtlamalardır. İlgili Yönetmelik'e göre, sinema filmi öncesinde gösterilen reklamların süresi en fazla on dakika, fragman gösterim süresi ise en az üç, en fazla beş dakika olarak sınırlanmıştır (m.15/1).

Söz konusu düzenlemeyi, son yıllarda sinema salonlarında uygulanan ve halk tarafından tepki gösterilen uzun reklam sürelerine bir tepki olarak değerlendirmek mümkündür. Örneğin, Cumhuriyet gazetesinin 2014 yılında yaptığı bir haberde sinema salonlarında filmlerden önce, bitmek bilmeyen, kimi zaman 30-40 dakikaya kadar uzayan reklam bombardımanına uğradıkları nedeniyle sinemaseverlerden tepki gördüğü ifade edilmektedir (www.cumhuriyet.com.tr, 04.09.2014). Vatan gazetesinin benzer bir haberinde ise şu ifadelere yer verilmiştir (www.gazetevatan.com, 03.01.2015):

Türkiye'de sinema 'altın çağını' yaşıyor. Seyirci yerli ve yabancı filmler için sinema salonlarını dolduruyor. 2014 yılında 60 milyon bilet ile sinema salonları rekor kırdı. Ancak sinema salonları masrafları artıkça film öncesi gösterilen reklamların süresini de uzattı. Keyifli bir seyirlik için sinemaya gidiyorsunuz ama film vadedilen saatte bir türlü başlamıyor. İzleyici bazen 45 dakikaya varan reklamları izlemek zorunda kalıyor... TV'lerde reklam sürelerine getirilen yasal düzenleme gibi sinema reklamlarına dair bir yasal düzenleme yok. Bu da salon sahiplerinin "ne kadar reklam alırsam o kadar kârdır" diye düşünmesine ve sinema severlerin eziyet çekmesine neden oluyor.

Yeni Yönetmelik'te Devlet, reklam süreleri bakımından sinema salonları ile halk arasında bir hakem görevi üstlenmiştir. Ancak, kanımızca gösterim arası dönüşünde

yayınlanacak reklamlara ilişkin bir düzenleme yapılmaması, dolayısıyla bu hususun boş bırakılması, ileride sinema salonu işletmecilerinin benzer ihlallerine yol açabilecek niteliktedir. Ayrıca, fragman gösterim süresine üç dakikalık alt sınır belirlenmesini, Devletin sektörü güçlendirme çabası olarak değerlendirmek mümkündür. Düzenlemeye göre, diğer bir husus olarak gösterim arası on beş dakikayı aşamayacaktır (m.15/2).

Düzenlemenin getirdiği en önemli yeniliklerden biri de şüphesiz sinema biletleri bakımından öngörülen sınırlamalardır. Burada da Devletin sinema salonu işletmecileri ile film yapımcıları arasında hakem rolü üstlendiğini görmek mümkündür. Zira sektörün bu iki farklı kolu, sinema biletlerinden elde edilen gelirin paylaşımı konusunda yıllardır anlaşmazlıklar yaşamaktadır. Bu duruma örnek olarak Sabah gazetesinden Funda Karayel'in yazısında şu ifadeler yer almaktadır (www.sabah.com.tr, 02.12.2018):

Bir okurum mailinde şöyle diyor: Geçen gün arkadaşımın sinemaya gittik, iki bilete 60 lira verdik. Meğer mısır ve kola parasını da eklemişler ama bize 'Hediye mısır ve kolanız var' diyorlar. Biz de hediye sandık, ne safız.' Bir diğer mailde de şöyle yazıyordu: 'Bilet alırken iki adet de mısır menüsü almak zorunda olduğumuzu söylediler, sistemleri böyleymiş. Mısır menüsü olmadan bilet kesemiyorlarmış. Benim mısır alerjim var, başka şey de alamıyordum.' Buna acil çözüm bulmak gerekir. Mesele sadece kola ve mısır değil, zaten yapımcılar da bu durumdan muzdarip. Yapımcı, bir sinema biletinin 5 TL'sini alıyormuş. Düşünsenize 30 TL'den aşağı bir bilet alamıyoruz; bu sistemde sinema 25 TL, yapımcı 5 TL kazanıyor, büyük haksızlık.

Sinema biletleri konusunda yaşanan sorunlar 2018 yılının sonunda iyice artmış ve Türkiye'de tekel sinema salonu işletmecisi olan Mars Cinema Group şirketinin yöneticileri ile sinema oyuncularını arasında polemige dönüşmüş ve Mars Cinema Group yöneticileri şu sözlerle kendilerini savunmuştur (ntv.com.tr, 03.01.2019):

Sinema operatörü belli kampanyalar yapabilir. Bunlar tüketicinin lehine yapılan indirimler. Yapımcılar bunu istemiyor. Bunun engellenmesi tüketicinin zararına olacak. Hatta bilet fiyatları bile artacak. Yapımcılar tüketiciye alternatif sunulmuyor gibi yansıtıyor, kampanyadan yararlanma ya da tekel bilet alma hakkı tamamen tüketiciye ait.

Ancak BKM, Çamaşırhane Film, Dijital Sanatlar, NuLook, Taff Pictures, Madd Entertainment, CMYLMZ | Fikir Sanat, Boyut Film gibi Türk sinemasının önde gelen yapımcı şirketleri, Mars Media'nın bilet politikasına tepki olarak yeni filmlerinin vizyon tarihlerini birer birer ertelemiştir (ntv.com.tr, 03.01.2019).

Yukarıda bahsedilen gelişmeler sonucunda sinema salonu işletmecilerinin ya da sinema bileti satan diğer gerçek veya tüzel kişilerin indirimli bilet fiyatlandırmaları hariç olmak üzere sinema biletini içeren abonelik, promosyon, kampanya ve toplu satış faaliyetleri gerçekleştiremeyeceği hükme bağlanmış; ayrıca, Millî Eğitim Bakanlığı'na bağlı okullarda eğitim gören öğrenci gruplarına satılan biletler için de yapımcı ve dağıtımcıdan yazılı onay alınması hususu getirilmiştir (Yönetmelik, m. 16/1).

Yeni düzenleme, indirimli biletlerdeki indirim miktarının üst sınırını da kesin olarak hükme bağlamıştır. Buna göre, belirli yaş üzeri, kamu meslek grubu, halk günü ve öğrenci bileti; sinema salonu işletmecileri tarafından belirlenen tam bilet fiyatının %40'ına; engelli bileti, şehit yakınları ve gazi bileti ve sabah seansı bileti; sinema salonu işletmecileri tarafından belirlenen tam bilet fiyatının %50'sine; internet bileti; sinema salonu işletmecileri tarafından belirlenen tam bilet fiyatı üzerinden yapılan diğer indirimlere ek olarak %10'una kadar yapılacak indirim ile satılabilir. İndirimler sinema

salonu işletmecisi ile filmin yapımcısı veya dağıtımıcısı arasında yapılacak sözleşme ile belirlenir (Yönetmelik, m. 16/3-a-b-c-d).

Yukarıda bahsedilen yeniliklerin haricinde sinema salonu işletmecilerinin ya da sinema filmi bileti satan diğer gerçek veya tüzel kişilerin, sinema filmi bileti ile birlikte başka bir ürünün satışını aynı anda yapamayacağı, sinema biletini başka bir ürün veya hizmetin satın alınması şartına bağlayamayacağı hususları da kabul edilmiştir (Yönetmelik, m. 16/5). Böylece, Devlet tarafından sinema biletinin yanında mısır veya kola satılması gibi durumların önüne geçmek istenmiştir.

Gerek reklam süreleri gerekse bilet satışı konusunda getirilen düzenlemeleri Devletin sinema sektörünün iki kolu arasında hakem rolü üstlenmesi ve kamu yararı adına birtakım girişimlerde bulunma çabası olarak okumak mümkündür. Ancak Türkiye'nin de dâhil olduğu serbest piyasa ekonomisi sisteminde "Devletin ticarî alana müdahalesinin ne kadarı kabul edilebilir?" veya "reklam süreleri ve bilet fiyatları konuları, sinema izleyicisi ile sinema salonu işletmecileri arasında arz/talep dengesi içerisinde çözülmesi gereken hususlar değil midir?" soruları akıllara gelmektedir.

Yukarıdaki soruları sağlıklı bir biçimde yanıtlamak için öncelikle Türkiye'de sinema salonlarının mülkiyet yapısına bakmak gereklidir. Anadolu Ajansının (AA) haberine göre (aa.com.tr, 31.12.2018), Türkiye genelindeki aktif 2692 sinema salonundan 905'i Mars Cinema tarafından işletilen Cinemaximum'a aittir. Böylece, sinema salonlarının yaklaşık yüzde 34'ünün tek bir firmaya ait olduğunu söylemek mümkündür. Cinemaximum dışında kalan altı firmanın elinde bulunan sinema salonunun toplam oranı ise yaklaşık yüzde 29,5'tur. Geriye kalan salonlar ise farklı küçük işletmelerin mülkiyetinde bulunmaktadır. Mars Cinema, film dağıtım istatistiklerinde de oldukça önde konumdadır. Firma, 2018 yılında 70 filmle 30,2 kişiye ulaşırken ikinci sıradaki UIP 43 filmle yaklaşık 13 milyon kişiye ulaşmıştır. Mars Cinema'nın pazardaki dağıtım payı yaklaşık yüzde 44'tür.

Yukarıdaki bilgilere ek olarak Türkiye'de sinema alanında en büyük tekel konumunda bulunan Cinemaximum sinemalarının 109'unun Türkiye'nin çeşitli illerindeki alışveriş merkezlerinde (AVM) yer aldığını görmek mümkündür (www.cinemaximum.com.tr, 2020). AVM'lerin günümüzde en fazla rağbet gören boş zaman geçirme mekânları olduğu düşünüldüğünde, Cinemaximum sinemalarının halka ulaşma konusunda ciddi bir avantaja sahip olduğunu görmek mümkündür.

Cinemaximum'un sinema salonu ve film dağıtım konusunda önemli bir tekele sahip olması, bazı illerde Cinemaximum haricinde sinema salonu bulunmaması ve Cinemaximum sinemalarının en kalabalık yerlerde kurulması, kanımızca arz talep dengesini arz lehine eşitsiz bir biçimde bükmektedir. Farklı bir ifadeyle belirtmek gerekirse, sinemaseverler, tekelin uygun gördüğü filmleri izleme ve tekelin fiyat politikalarına rıza göstermek durumunda kalmaktadır. Bu durumun temel nedeni, alanın rekabetten yoksun olmasıdır.

'Paternalizm' Kavramı Bağlamında Devletin Üstlendiği Hakemlik Rolünün Değerlendirilmesi

Bu alt başlıkta, yeni düzenlemede Devletin üstlendiği rol ile bu rolün liberal bakış açısıyla ne derece örtüştüğü hususu 'paternalizm' kavramı çerçevesinde değerlendirilmeye çalışılmıştır.

Liberal düşünürlerden Turgot, tekelci bir ayrıcalığı asla kabul etmemektedir. Adam Smith ve Yararcılar için ise, bir tekel hakkının verilip verilmemesi, söz konusu olan farklı yararların değerlendirilmesi ile ilgili bir meseledir (Vergara, 2014: 161-162). Bu bağlamda, sorunu ‘paternalizm’ kavramı ekseninde tartışmak yararlı olacaktır.

Geleneksel olarak, ‘paternalizm’ bireylerin, özellikle de babaların çocuklarına davranışlarıyla ilgili bir kavramdır. Burada babanın rollerinden ilki babanın lütufkârlığıdır. Bu duruma örnek olarak baba, çocuğunun yararını en üst noktada tutmayı amaçlar. Rollerden ikincisi ise babanın otoritesidir. Örneğin baba, çocukları adına karar alır ve onların bağımsız karar almalarından ziyade bu süreçleri kontrol etme yoluna gider (Cohen, 2012: 573).

Esasen paternalizm devletle ilgili bir kavramdır. Paternalizm kavramının tüm tanımlarında üç unsur mevcuttur. Bunlardan ilki, hükümet müdahalesinin gerekçesinin bireylerin kararına duyulan güvensizlikten kaynaklanmasıdır. İkinci olarak, söz konusu kısıtlamalar bireylerin kendi iyiliği için yapılmaktadır. Son olarak ise, kısıtlamaları gerçekleştirmek için bireylerin rızasının aranmamasıdır (Le Grand ve New, 2015: 35).

Mill’e göre paternalizm, amaca ulaşmayı zorlaştıran bir yöntemdir ve uzun vadede genel refah ancak devlet müdahalesi olmadan sağlanabilir. Ancak, bununla birlikte Mill’in birçok alana müdahaleyi de kabul ettiği bilinmektedir (Cohen, 2012: 573-574).

Paternalizmin farklı uygulama yöntemleri mevcuttur. Feinberg paternalizmi ‘yumuşak’ ve ‘güçlü’ olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Güçlü paternalizm, topluma ‘onların iyiliği için’ kendi değerlerini ve yargılarını dayatan bir otoriteyi ifade etmektedir. Yumuşak paternalizmde ise devlet, bir kişinin eylemlerinden başka kişilerin zarar görmemesini sağlamak için önlemler almaktadır. Feinberg’e göre, Mill’in liberalizmi, güçlü paternelizmin korumacılığından ziyade yumuşak paternalizme yakındır (Feinberg, 1986: 12).

Cohen’e göre (2012: 574), Mill’in yaklaşımı Feinberg’in terminolojisindeki yumuşak paternalizm kavramına yakın görünse de küçük yaşta evlilik ve sorumsuz boşanmalar gibi hususlarda müdahaleyi savunmasıyla güçlü paternalizme yaklaşmaktadır. Bu nedenle, Mill’in paternalizmini “elastik paternalizm” olarak adlandırmak en doğrusu olacaktır. Liberalizmin doğasına göre Mill, zorlama ya da doğrudan yasaklama yerine düzenlemeyi desteklemiştir. Dolayısıyla, Mill’i bütünüyle anti-paternalist bir teorisyen olarak nitelendirmemek gerekmektedir.

Cohen’den farklı olarak Popper (2017: 184-185), Mill’in kuramını paternalizme açıkça saldırı olarak görmektedir. Zira üçüncü bir tarafın çıkarı tehlikeye atılmıyorsa, Mill, paternalizmi yasaklamaktadır. Örneğin, buna göre, Devletin vatandaşlarına emniyet kemeri takmayı emretmesi veya uyuşturucu kullanımını yasaklaması yönünde bir hakkı bulunmayacaktır.

Mill’in paternalizmi ne olarak adlandırılırsa adlandırılınsın, Yararcılık felsefesinin bu önemli Düşünürünün, bir eylemden dolayı üçüncü kişilerin zarar görmesi durumunda Devlet müdahalesini kabul ettiği açıktır. Dolayısıyla Türkiye’de sinema alanında yaşanan sorunlar ve Devletin bu alana müdahalesini de bu bakış açısıyla yorumlamakta yarar bulunmaktadır.

Mill'in felsefesinden yola çıkarak, eğer Türkiye'de sinema salonlarının mülkiyeti konusunda bir tekelleşme söz konusu olmasaydı, Devletin sinemalarda gösterilecek reklam/fragman süreleri ile bilet fiyatlarına yönelik müdahalesini bir özgürlük sorunu olarak görmek mümkündür. Zira böyle bir durumda insanların daha az reklam gösteren veya daha düşük fiyata bilet satan sinema salonunu seçme olanağı mevcut olacaktı. Ancak, sinema salonu işletmeciliğinde yaşanan tekelleşme ve birçok şehirde Cinemaximum'lardan başka salon bulunmaması dolayısıyla insanların seçim hakkı ortadan kalkmaktadır. Bu durum, ayrıca serbest piyasa ekonomisi anlayışının doğasına da aykırılık arz etmektedir.

Yukarıdaki argümanlardan yola çıkarak, 5224 sayılı Kanun'da yapılan bu ek düzenlemeler kanımızca yerinde olmuştur. Ancak, bu düzenlemeyi kalıcı bir çözüm olarak görmemek gerekmektedir. Kalıcı çözümü sağlamak, ancak başta sinema sektörü ve bağlantılı alanlarda tekelleşmenin önlenmesi yoluyla mümkün olacaktır. Bunun için de tekelleşmeyi önleyici yasal düzenlemeler yapmak ve bunları sağlıklı bir biçimde uygulamak gerekmektedir. Bu hususlar yerine geldiğinde, zaten Devletin bilet fiyatlarına veyahut reklam sürelerine müdahale etmesinin gereği ve anlamı kalmayacaktır.

Denetleme ve Destekleme Arasındaki İlişki

5224 sayılı Kanun'da yapılan değişiklik ve çıkarılan Sinema Sektörünün Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik (R.G. Tarih 15.10.2019 / Sayı: 30919) ile sinema filmlerine verilen destekler artmış ve geliştirilmiştir. Yeni düzenlemelerle birlikte dizi filmlere, yabancı filmlere ve sinema sanatçılarına da Bakanlığın destek vermesi mümkün hale gelmiştir³.

Yeni Yönetmelik'in yürürlüğe girmesiyle ilga edilen Sinema Filmlerinin Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik'te (R.G. Tarih: 13.11.2004 / Sayı: 25642), yapım ve yapım sonrası destek kategorilerinde, değerlendirme ve sınıflandırma işlemi sonucu verilen işaret ve ibarelerin kullanılmaması, ticarî dolaşıma veya gösterime sunulmasının uygun bulunmaması veya 18 yaş ve üzeri izleyici kitlesi için sınıflandırılması durumunda desteğin geri alınacağı hükmü bulunmaktaydı (m.24/1). Sakıncalı içerik dolayısıyla kamuya gösterilemeyen filmlere verilen desteğin geri alınması doğal olmakla birlikte, hedef kitlesi 18 yaş üzeri olan ve kamu yararı içeren sinematografik yapımlar olabileceği ve bu yapımların destekten mahrum bırakılması tarafımızca eleştirilmişti (Baykal, 2015: 246). Yeni düzenlemede bu sorunun ortadan kaldırıldığı görülmektedir.

Yeni Yönetmelik'te ilk uzun metrajlı kurgu film yapım desteği, uzun metraj sinema film yapım desteği, ortak yapım desteği, çekim sonrası desteği ile dağıtım ve tanıtım desteği alan filmlerin sinema salonu gösteriminin yapılmak zorunda olduğu belirtilmektedir (m.14/10, 15/8, 16/10, 21/3, 22/3). Söz konusu düzenlemeden, desteğin geri alınmaması için tek şartın filmin sansür edilmemiş olması gerektiği anlaşılmaktadır. Yeni sistemde filmlerin 18 yaş ve diğer yaş kategorileri için sınıflandırılması, destekleme bakımından herhangi bir problem teşkil etmeyecektir.

3 Bilindiği üzere, film destekleri en kapsamlı biçimde ilk kez 2004 yılında çıkarılan 5224 sayılı Kanunla ve ilga edilen Sinema Filmlerinin Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik (R.G. Tarih: 13.11.2004 / Sayı: 25642) ile düzenlenmiş; ancak 30.01.2019 tarihinde yürürlüğe giren değişiklikle, Bakanlık tarafından verilen destekler daha önce hiç olmadığı kadar genişletilmiştir. Çalışmanın sınırlarını aşmamak adına, bu başlıkta film desteklerinin sadece 'denetim' ile olan ilişkisi üzerinde durulmuştur.

Yeni Yönetmelik'in destek alacak filmler için öngördüğü 'ilke' bağlamındaki tek ölçüt, yapımların 'insan onuruna ve Anayasada öngörülen ilkelere' aykırılık teşkil etmemesidir (m.10/1-g). Zaten bu ilkeye aykırı yapımların, sansürden geçip gösterime girme imkânı da bulunmamaktadır.

Yaptırımlar

Yukarıdaki başlıklarda belirtilen denetimler sonucunda verilen kararlara uymayan muhataplar için denetime ilişkin Yönetmelik'te birtakım yaptırımlar öngörülmüştür. Buna göre,

a) *Değerlendirme ve sınıflandırma yükümlülüğüne uymayan, zorunlu tutulduğu halde gerekli işaret ve ibareleri kullanmayan veya yanıltıcı şekilde kullanan film yapımcısına yirmi bin Türk Lirası,*

b) *Değerlendirme ve sınıflandırma yükümlülüğüne uyulmayan filmlerin dağıtımını yapanlara yirmi bin Türk Lirası,*

c) *Değerlendirme ve sınıflandırma yükümlülüğüne uyulmayan filmlerin ve fragmanların gösterimini yapanlar ile gerekli işaret ve ibareleri kullanmadan veya yanıltıcı şekilde kullanarak film gösterimi yapanlara elli bin Türk Lirası,*

ç) *Gösterim ve tanıtım alanlarında gerekli işaret ve ibareleri kullanmadan etkinlik düzenleyenlere film başına yirmi bin Türk Lirası,*

d) *Reklam, fragman ve film arası sürelerine uymadan gösterim yapan sinema salonu işletmecilerine elli bin Türk Lirası idarî para cezası uygulanacaktır (m.18/1). Ayrıca, bilet satışları ile ilgili yeni düzenlemeye uymayanlara da aynı miktarda para cezası uygulanacaktır.*

Denetimi yapan mercii ise doğrudan Kültür ve Turizm Bakanlığına bağlı olmayan İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri tarafından yapılmaktadır. Buna göre,

a) *Yönetmeliğin ilgili hükümlerinde belirtilen hususlara ilişkin denetimleri gerçekleştirmek üzere illerde mahallin mülki idare amirince yeterli sayıda Denetim Komisyonu kurulur.*

b) *Denetim Komisyonları; İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü personeli olan en az üç en fazla beş kişiden oluşur. Yapımcı meslek birlikleri ve sinema salonlarını temsil eden sivil toplum kuruluşları, denetimlere birer temsilci ile gözlemci olarak katılabilir.*

c) *Yapılan denetimlerde, Kanun ve bu Yönetmelik hükümlerine aykırılığın tespiti halinde muhatapın da imzasının alınması suretiyle Denetim Komisyonu üyeleri tarafından bir tutanak düzenlenir. İmzadan kaçınılması halinde bu durum tutanakta açıkça belirtilir. Tutanağın bir örneği ilgisine verilir. Tutanak, idari para cezasının verilmesi için mahallin mülki idare amirine sunulur (Yönetmelik m.17/1, 2, 3).*

Değerlendirme ve sınıflandırmaya ilişkin eski Yönetmelik'te, İl Kültür ve Turizm Müdürlüğü personelinden oluşan en az dört kişilik bir komisyon kurulması öngörülmüştü. Yeni düzenlemede, bu komisyonların birden fazla olabileceği kabul edilmekle birlikte

komisyon üye sayısının en az üç en fazla beş kişi olacağı da belirtilmiştir. Ayrıca, diğer bir yenilik olarak denetimlere Komisyon haricinden kişilerin katılmasının da yolu açılmıştır. Kanımızca bu düzenlemeler denetimin somutluğu ve şeffaflığı açısından olumludur. Özellikle büyük şehirler göz önünde bulundurulduğunda, zaten birden fazla denetim komisyonlarına ihtiyaç olduğu da açıktır.

Yaptırımların uygulanması konusunda olumlu düzenlemelerin yanı sıra eskiden kalan birtakım sorunların devam ettiğini de görmek mümkündür. Daha önce de belirttiğimiz üzere (Baykal, 2015: 249), İl Kültür ve Turizm Müdürlükleri il valisinin emrinde bulunmaktadır. Bu kurumlar sinema salonlarını denetlemekle görevli olduklarından, aynı zamanda Kültür ve Turizm Bakanlığına karşı da sorumludurlar. Denetimin tek bir merkez tarafından yapılması yerine iki farklı birim tarafından yapılması 'çift başlı' bir uygulama olarak nitelendirilebilir. Ancak, denetim tek başına Sinema Genel Müdürlüğüne verildiği takdirde ise, Genel Müdürlüğün seksen bir ilde teşkilatlanıp geniş bir denetim ağı kurması da oldukça güç bir uygulama olacaktır. O halde, bu hususta en büyük sorumluluk sinema salonlarına düşmektedir.

Sonuç

Bu çalışmada, 2019 yılında yürürlüğe giren ve 2004 yılında kurulan denetim sistemi üzerinde değişiklikler yapan 7163 sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanunda Değişiklik Yapılmasına Dair Kanun'un getirdiği düzenlemeler, liberal bir bakış açısıyla incelenmeye çalışılmıştır. Ayrıca, film denetiminin esaslarını düzenleyen ve 22.10.2019 tarihinde yürürlüğe giren yeni Yönetmelik hükümleri de göz önünde bulundurulmuştur. Göze çarpan ilk husus, denetimin niteliğinde yapısal bir değişikliğin olmamasıdır. Kültür ve Turizm Bakanlığı'na bağlı, özerk olmayan denetim sistemi devam etmektedir. Ancak bununla birlikte denetimi daha somut ve ayrıntılı hale getiren birtakım yeni düzenlemeler getirilmiştir. Örneğin, alt kurullar ile Değerlendirme ve Sınıflandırma Kurulu üyelerinin görev süreleri tanımlanmıştır. Alt kurullar, film denetiminin yanı sıra, film fragmanlarının denetimi ile de görevlendirilmiştir. Değerlendirme kriterlerine 'çıplaklık', 'uyuşturucu madde kullanımı' ve 'kaba dil kullanımı' gibi yeni maddeler eklenmiştir. Sınıflandırma kategorileri değişmiş, mevcut kategorilerin sayısı artmıştır. Olumlu bir husus olarak Bakanlığın, denetimden geçen filmlerin televizyonda saat kaçta yayınlanacaklarına karar verme yetkisi kaldırılmıştır. Zira televizyon alanındaki düzenleyici kuruluş RTÜK'tür. Ayrıca, festival filmlerinin tamamı denetim dışında tutularak bu alanda yaşanan sorunların çözümüne yönelik bir adım atılmıştır. Diğer bir olumlu düzenleme de 18 yaş ile sınıflandırılan filmlere verilen desteklerin geri alınmamasına yöneliktir. Yukarıda bahsedilen düzenlemelerin birçoğunun 5224 sayılı Kanun'un önceki halinde yer alan eksik ve boşlukları kapatmaya yönelik olduğunu ve ayrıca, Toplumsal Sorumluluk yaklaşımının öngördüğü 'pozitif özgürlük' anlayışı ile de uyumlu olduğunu söylemek yanlış olmayacaktır.

Düzenlemenin olumlu yönlerinin yanında noksan bırakılan bazı hususlar da bulunmaktadır. Örneğin, değerlendirme kriterlerini tanımlayan, bu kriterlerin sınırlarının

hangi yaş kategorileri için uygun olduğunu açıklayan bir yönetmelik hükmü veya rehber kitapçık bulunmamaktadır. Bu durum, denetimi yapanlara geniş bir yorumlama yetkisi vermektedir. Ayrıca, filmlerin aile rehberliğinde izlenmesini öngören 6A, 10A ve 13A gibi kategorilerin de ne derece sağlıklı olduğu belirsizdir. Zira özellikle eğitim seviyesinin görece düşük olduğu bölgelerde, ailelerin çocuklarına sağlıklı bir biçimde rehberlik etmesi pek de mümkün görünmemektedir.

Yeni düzenlemenin esas göze çarpan tarafı veya çıkış noktası, Devletin, sinema sektörünün farklı aktörleri arasında bir hakemlik rolü üstlenmiş olmasıdır. Türkiye’deki sinema salonları üzerinde önemli bir tekel konumunda olan Mars Sinema adlı sinema salonu işletmecisi şirketin, özellikle sinema biletleri üzerinde yapımçı şirketlerin izni olmaksızın promosyon ve kampanyalar yapması sonucunda halk, film yapım şirketleri ve sinema sektörü çalışanları büyük tepki göstermiştir. Tüm bu gelişmeler sonucunda Devlet, söz konusu taraflarca alana hakem olarak adeta davet edilmiş ve film yapım şirketinin izni olmadan sinema biletleri üzerinde yapılacak tüm kampanyalar yasaklanmıştır. Ayrıca promosyonlu bilet satışı da engellenmiştir. Yine toplumda tepki çeken bir konu olan film öncesinde gösterilen uzun reklamlara da sınırlama getirilmiştir. Böylece, film öncesinde gösterilen reklamlar on dakika ile sınırlandırılmış, fragman gösterimi için ise en az üç en fazla beş dakika süre verilmiştir. Bu hükümlere uymayan sinema salonu işletmecileri için yüksek para cezaları öngörülmüştür. Ayrıca, bu denetimleri yapacak olan komisyonlar da yeniden yapılandırılmıştır.

Özellikle sinema salonlarının mülkiyeti üzerinde bir şirketin büyük bir tekel oluşturmasının bir önceki paragrafta bahsedilen sorunlara yol açtığı görülmektedir. Dolayısıyla da Devletin bu alanda yaşanan mağduriyetleri gidermek amacıyla düzenleyici bir aktör olarak sürece dahil olması kanımızca serbest piyasa ilkesi veya ifade özgürlüğü bakımından herhangi bir problem teşkil etmemektedir. Özellikle liberal yaklaşımın Yararcı bakış açısı ‘kamu yararı’ bakımından bu tür müdahaleleri kabul etmektedir. ‘Yumuşak’ ya da ‘elastik’ paternalizm kavramıyla ifade edilebilecek bu anlayış, Devletin ‘makul’ sınırlar içerisinde kalan ve kamu yararını amaçlayan düzenlemeler yapmasına olanak vermektedir. Ancak, kanımızca, sektörün farklı kollarının kendi aralarında yaşadıkları anlaşmazlıklar yine sektör tarafından çözümlenmelidir. Farklı bir ifadeyle belirtmek gerekirse, serbest piyasa anlayışı içerisinde, sorunlara kalıcı çözüm bulmanın en etkili yolu Kanun ve yaptırım yerine ‘uzlaşma’ olmalıdır. Zira dünyanın birçok yerinde, devlet müdahalesi her zaman ‘yumuşak paternalizm’den ‘güçlü paternalizm’e kayma tehlikesi taşımaktadır.

Kaynaklar

Baykal, Kemal Cem (2015). Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde 5224 Sayılı Kanun Çerçevesinde Sinema Filmlerinin Denetlenmesi ve Ortaya Çıkan Sorunlar, Ankara: Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Biltereyst, Daniel ve Winkel, Roel Vande (Ed.) (2013). Silencing Cinema (Film Censorship Around the World), New York: Palgrave Macmillan.

Cohen-Almagor, Raphael (2000). İfade, Medya ve Etik, Çev: Ş. Nidah Şad, Ankara: Phoenix Yay.

Cohen-Almagor, Raphael (2012). “Between Autonomy and State Regulation: J.S. Mill’s Elastic Paternalism”, *Philosophy*, Volume 87, Issue 04, pp 557-582.

Erdoğan, İrfan (2003). *Pozitivist Metodoloji*, Ankara: Erk Yayınevi.

Feinberg, Joel (1986). *The Moral Limits of the Criminal Law, Harm to Self*, Volume Three, Oxford: Oxford University Press.

Feintuck Mike ve Varney Mike (2006). *Media Regulation, Public Interest and the Law*, 2nd Edition, Edinburgh: Edinburgh University Press.

Freidman, Milton (2018). *Kapitalizm ve Özgürlük*, 5. Baskı, Çev: Doğan Erberk ve Nilgün Himmetoğlu, Ankara: Eksi Kitaplar.

Guerrini, Claudia (2018). “Yunan Tiyatrosu”, *Antik Yunan*, Ed. Umberto Eco, 2. Baskı, İstanbul: Alfa Yayınevi.

Hamburger, Joseph (1999). *John Stuart Mill On Liberty and Control*, Princeton: Princeton University Press.

İçel, Kayıhan (2018). *Kitle İletişim Hukuku*, 13. Baskı, İstanbul: Beta Yayınevi.

Le Grand, Julian ve New, Bill (2015). *Government Paternalism Nany State or Helpful Friend?*, New Jersey: Princeton University Press.

McDonald, Paul (2016). “Hollywood, the MPAA, and the Formation of Anti-piracy Policy”, *International Journal of Cultural Policy*, Vol: 22, No:5 pp. 686-705.

McQuail, Denis (2010). *McQuail’s Mass Communication Theory*, 6th Edition, Los Angeles, London, New Delhi, Singapore, Washington DC: Sage Publications.

Mill, John Stuart (2015). *Özgürlük Üzerine*, 4. Baskı, Çev: Tuncay Türk, İstanbul: Oda Yayınları.

Platon (2005). *Devlet*, 9. Baskı, Çev: Sabahattin Eyüboğlu ve M. Ali Cimcoz, İstanbul: Türkiye İş Bankası Yayınları.

Popper, Karl Raimund (2017). *Hayat Problem Çözmektir*, 7. Baskı, Çev: Ali Nalbant, İstanbul: YKY Yayınları.

Siebert, F. S., Peterson, T., and Schramm, W. (1984). *Four Theories of The Press*, 3rd Edition, Urbana and Chicago: University of Illinois Press.

Smith, Adam (2009). *The Theory of Moral Sentiments*, Edinburgh : Penguin Books.

Vergara, Francisco (2014). *Liberalizmin Felsefi Temelleri Liberalizm ve Etik*, 2. Baskı, Çev: Bülent Arıbaş, İstanbul: İletişim Yayınları.

İnternet Kaynakları

Anadolu Ajansı, 31.12.2018. Son Günlerin Tartışma Konusu Türk Sinema Sektörü, <https://www.aa.com.tr/tr/kultur-sanat/son-gunlerin-tartisma-konusu-turk-sinema-sektoru/1352983>, Erişim Tarihi: 20.03.2020.

Cinemaximum, 2020. Sinemalar, <https://www.cinemaximum.com.tr/sinemalar>, Erişim Tarihi: 20.03.2020.

Cumhuriyet, 04.09.2014. Reklam arası sinema, <http://www.cumhuriyet.com.tr/haber/reklam-arasi-sinema-114689>, Erişim Tarihi: 17.03.2020.

Gazetevatan, 03.01.2015. 90 dakikalık filmde 45 dakika reklam, <http://www.gazetevatan.com/90-dakikalik-filmde-45-dakikalik-reklam--737222-bizim-kahve/>, Erişim Tarihi: 17.03.2020.

Karayel, Funda 02.12.2018. Zorla satılan mısır ve kola isyan ettirdi, <https://www.sabah.com.tr/yazarlar/gunaydin/funda-karayel/2018/12/02/zorla-satilan-misir-ve-kola-isyan-ettirdi>, Erişim Tarihi: 18.03.2020.

NTV, 03.01.2019. 7 maddede sinema sektöründeki kriz (Yapımcılar ile Mars'ın kavgası), https://www.ntv.com.tr/galeri/sanat/7-maddede-sinema-sektorundeki-kriz-yapimcilar-ile-marsin-kavgasi,a8GVu2V6aUq65WzUZZHgIQ/E_V50NUU-EqU9nmUXeGXsg, Erişim Tarihi: 18.03.2020.

TÜİK, 16.06.2020. Sinema ve Tiyatro İstatistikleri, 2019, <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=33622>, Erişim Tarihi: 13.08.2020.

Mevzuat

5224 sayılı Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılması ile Desteklenmesi Hakkında Kanun (R.G. Tarih: 21.07.2004 / Sayı: 25529).

Sinema Filmlerinin Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik (R.G. Tarih: 13.11.2004 / Sayı: 25642).

Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik (R.G. Tarih: 18.02.2005 / Sayı: 25731).

Sinema Sektörünün Desteklenmesi Hakkında Yönetmelik (R.G. Tarih: 15.10.2019 / Sayı: 30919).

Sinema Filmlerinin Değerlendirilmesi ve Sınıflandırılmasına İlişkin Usul ve Esaslar Hakkında Yönetmelik (R.G. Tarih: 22.10.2019 / Sayı: 30926).

Sosyal Sorumluluk Örneği olarak Türk Kültüründe Hayrat Geleneği ve Vakıflar

The Tradition of Philanthropy and Foundations In Turkish Culture As An Example of Social Responsibility

Birol Demircan, Dr. Öğr. Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İletişim Fakültesi., E-Posta: birol.demircan@gmail.com

Anahtar Kelimeler:

Sosyal Sorumluluk,
İletişim,
Hayırseverlik,
Vakıflar.

Öz

Çalışmada, sosyal sorumluluk kavramının tarihsel ve toplumsal bağlamı dışında tartışıldığı tespitinden hareket edilerek, kavramın temelinde yer alan hayırseverlik kültürü üzerinde durulmuştur. Türk kültüründe hayırseverlik kurumu olan Vakıfların ele alındığı çalışmada, vakıfların yüzyıllar boyunca iktidarın egemenlik ilişkileri içerisinde topluma hizmet ettiği ve kültürel bir yapıntı olarak hayrat geleninin toplumda zaten var olduğu tartışılmıştır. Kavram üzerine durulurken, öncelikle sosyal sorumluluk kavramına ilişkin literatür taranarak kavramın nasıl açıklandığı ele alınmış, daha sonra kültürel çalışmalar bağlamında hayratı geleneği ve kültür tartışmalarına yer verilmiştir. Böylelikle, vakıfların faaliyet alanları üzerinden betimleyici bir analiz yapılmıştır. Bu analiz ile kültürel yapılar olarak hayratlar değerlendirilmiş ve yeni bir okumaya tabi tutulmuştur. Sonuç olarak, kültürel çalışmaların bakış açısıyla değerlendirilen hayratı geleneği ve vakıflar, iktidar ilişkileri içerisinde iktidarın el değişmesine bağlı olarak dönüşümlere uğradığı görülmüştür. Ancak sosyal sorumluluk kavramının yeni bir durum olarak sunulduğu bir dönemde tarihsel ve toplumsal bağlam içinde vakıfların kurum olarak kültürün bir parçası olacak şekilde toplumsal işlevini yerine getirdiğini belirtmek gerekir. Ayrıca, sosyal sorumluluk veya hayırseverlik kavramın özellikle “sosyal adalet” gibi bir kavram etrafında tartışılması gereken önemli bir yönünün olduğu vurgulamalıdır. Hayrat geleneğinde inanç sistemlerinin temel belirleyici oluşturduğu, egemenlik ilişkileri iktidar simgesi ve itibar kaynağı olarak zaman zaman işlevsizleştiği, her şeyden önce de toplumsal iletişimin önemli bir mecrası olduğu tespit edilmiştir.

Keywords:

Social Responsibility,
Communication,
Philanthropy,
Foundations.

Abstract

In this study, the charity culture, which is at the basis of the concept, is emphasized by starting from the determination that the concept of social responsibility is discussed outside its historical and social context. In the study in which Foundations, which are charitable institutions in Turkish culture, are discussed, it has been argued that the foundations have served the society in the sovereignty relations of power for centuries and that the people who come to charity as a cultural structure already exist in society. While focusing on the concept, first of all, the literature on the concept of social responsibility was reviewed and how the concept was explained, and then, the tradition of charity and culture discussions were included in the context of cultural studies. Thus, a descriptive analysis was made over the fields of activity of the foundations. With this analysis, the charities as cultural structures were evaluated and subjected to a new reading. As a result, it has been observed that the charity tradition and foundations evaluated from the point of view of cultural studies have been transformed due to the change of power within the power relations. However, it should be noted that in a period when the concept of social responsibility was presented as a new situation, foundations fulfilled their social function as an institution as a part of culture. It should also be emphasized that the concept of social responsibility or philanthropy has an important aspect that should be discussed, especially around a concept such as “social justice”. In the philanthropy tradition, it has been determined that belief systems constitute the basic determinants, sovereign relations become dysfunctional from time to time as a symbol of power and reputation, and above all, it is an important medium of social communication.

Araştırmacı Orcid ID : <https://orcid.org/0000-0003-3938-4884>
Geliş Tarihi : 28.05.2020
Kabul Tarihi : 10.06.2020

Giriş

Halkla ilişkiler uygulamaları arasında yer alan sosyal sorumluluk kavramı günümüzde kurum itibarı, kurum imajı, marka değeri ve nihayetinde işletmelerin kar maksimizasyonu için kullanılan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Yaygın bir şekilde sosyal sorumluluk kavramı toplumsal ve tarihsel bağlamlarından uzak bir şekilde değerlendirilmekte, hatta yeni bir olgu olarak sunulabilmektedir. Bu bakış açısının aksine kavram tarihsel ve toplumsal bağlamı içerisinde değerlendirildiğinde, kavramın zengin bir tarihsel geçmişinin olduğu görülecektir. Başka bir anlatımla sosyal sorumluluk kavramının planlı bir stratejik iletişim biçimi olarak kullanılması söz konusu olmadan önce de toplumsal yapı içerisinde aynı fonksiyonu yerine getiren hayratı geleneği üzerinde durulmalıdır. Ayrıca, hayırseverlik kuruluşları olarak vakıfların yaptığı hayratların iktidarın sorumlulukları arasında yerine getirilen bir toplumsal görev olarak kabul edildiği bilinmeli ve bu bakımdan tartışılmalıdır.

Sosyal sorumluluk uygulamalarını halkla ilişkiler uygulaması olarak görmek aynı zamanda bu uygulamaların kültürel çalışmalar ile ilişkilendirilmesi gerektiği anlamına gelmektedir. Sosyal sorumluluk kavramının toplumsal ve tarihsel bağlamı içerisinde tartışmak için Hoggart, Williams ve Hall'ün ortaya koyduğu eleştirel yaklaşıma değinmekte yarar bulunmaktadır. Hoggart, kültür endüstrisi ürünlerinin ve süreçlerinin halkın üzerinde etkisi ile ilgili olarak bu kültürel etkilerin davranışların dönüşümü üstündeki ağırlığının oldukça yavaş oluştuğunu ve çoğu kez daha eski güçler tarafından nötralize edildiğini belirtmektedir (Mattelart ve Neveu, 2007: 24). Bu açıklamadan yola çıkıldığında, sosyal sorumluluk uygulamalarının düşünülen aksine mevcut toplumsal dokuda zaten var olan geleneksel yapıların tarafından biçimlendiği söylemek gerekmektedir. Çünkü halkın kendi kültürel dokusuna uygun iletişim formu olarak hayratı geleneğine uygun bir davranış söz konusudur. Hoggart da kültürel yapının kendini yeni olarak endüstrilemiş yapılardan koruduğunu vurgulamaktadır. Raymond Williams ise kültürü iktidar bağlamında değerlendirirken toplumsal yapı içerisinde herhangi tikel bir dönemde başat ve etkili anlamlar ve değerler sistemi bulunduğunu belirtir. Williams'a göre, kültür açısından da başatlık ve dışarıda kalma ayrımı yapılmaktadır. Kültür ve iktidar aktarıcısı olarak eğitim kurumları da bu sistemin temel icracıları arasında yer almaktadır. Eğitim kurumları aracılığıyla, farklı kesimlerin kendi hayat koşullarındaki yaşantıları ve bu koşullardaki anlamlar ve değerler seçilerek, eleğin altında bazı anlamlar ve değerler bırakılmaktadır. Eleğin altında kalan anlam ve değerler ise süreklilik bağlamında yeniden yorumlanır, sulandırılır, başat kültürün destekleyici ve başat kültürle çelişkili olmayan kültür öğeleri haline dönüştürülür. Öyleyse başat kültürü ve başat tahakkümü oluşturan bu eleme sistemidir (Williams, 1990: 22-39). Williams'ın kültür için geliştirdiği bu açıklamada, kültürel formlarının iktidar ile ilişkisi açıkça ortaya konulmuştur. Sosyal sorumluluk kavramı ya da bu çalışmanın odağında yer alan kültürel form olarak hayratı geleneği bu bakımdan benzer yapılanmaları ve mekanizmaları barındırmaktadır. Alternatif ya da muhalif kültürün başat yapı içinde ifadesini bulamayan, temel olarak geçmişten ve toplumsal formasyondan önceki aşamadan alınan "kalıntısalsal" biçimleri vardır. Kırsal geçmişi ve organik toplumu çağrıştıran düşünceler kültürdeki ve söylemdeki kalıntısalsal öğelerin ve ifadelerin örnekleridir. Bu ifadeler var olanın bir eleştirisinin temelini oluşturmaktadır (Hall, 1999b: 222). Kalıtsalsal ifadeler ve kültürel

öğeler geçmişten hareketle bir karşıtlık oluşturmaktadır. Kalıtsal ifadeler, yeni anlamlar, yeni değerler ve yeni toplumsal pratikler alanıdır. Topluma ait bu kalıtsallık başat kültür tarafından ancak tehdit oluşturmadan ehlileşen bir öge ya da ifade olma koşuluyla kısmen kabul edilmektedir. Geleneksel yapılar da bu türden ifadeler içermektedir. İktidarın işlemesi için aynı zamanda tabi kesimlerin rızasını kazanmak da gerekmektedir. Michel Foucault'un söylediği gibi ifadeler kurumlar aracılığıyla görünür kılınır ve bu yapılar egemenlik ilişkilerindeki rızanın nasıl inşa edildiğini analiz etmek bakımından iyi birer örnektir. Bu yapılar kimi zaman iktidarın görünür yüzü olan hayrat yapıları olarak da karşımıza çıkmaktadır.

Yukarıda anlatıldığı üzere, vakıflar tarafından yürütülen hayır işleri olarak çeşme yapmak, aşevi işletmek, kütüphane, okul ve inanç mekânları gibi hayrat yapılarını yürütmek iktidarın ifadeleri ve egemenlik ilişkileri bağlamında ele almak mümkündür. Sosyal sorumluluk kavramına bu bakımdan eleştirel yaklaşıldığında kavramın tartışmalı olduğu da görülecektir. İktidar ilişkileri düşünülmeden, toplumsal ve tarihsel bağlamı içerisinde kavram değerlendirilmeden derinliğine bir analizin yapılabilmesi mümkün gözükmemektedir. Kültürel yapılar ve iktidar ilişkileri bir arada düşünüldüğünde, Türk kültürel yaşamında hayratı geleneğinin yaygın bir şekilde iktidar göstergesi olarak yer aldığı görülecektir. Ayrıca, kültürel form olarak hayırseverliğin binlerce yıldır devam eden bir toplumsal davranış olduğu da düşünülürse, literatürde tartışılan sosyal sorumluluk kavramına ilişkin ele alış biçiminden farklı bir bakış açısı bu çalışmada ortaya konulmuş olacaktır. Yine, inanç ve düşünce sisteminin aynası olarak değerlendirilen hayratı geleneğinin toplumsal iletişim biçimi olarak işlevselleştiğini ve kültürel belleğin izdüşümlerinden bir tanesi olduğunu bu bakımdan belirtmek gerekmektedir. Çalışmada, Türk kültürel yapısı içerisinde önemli bir gelenek olarak vakıflar aracılığıyla yapılan hayratların ve hayratı geleneğinin yapıları birer iktidar göstergesi olarak betimlenecektir. Kültürel yapı içerisinde gelenekselleşen hayratlar varlığı yeni olarak sunulan stratejik iletişim biçimlerinin iddiasının aksine köklü bir geleneğin devam eden bir formu olarak değerlendirilecektir. Vakıfların niceliksel ve niteliksel yönleri tarihi bağlamı içerisinde ele alınırken, faaliyet alanları üzerinden çeşitli betimleyici çıkarımlar yapılacaktır. Bu bakımdan sosyal sorumluluk uygulamalarının tartışıldığı günümüz bakış açısının dışında gelenek, kültür ve iktidar kavramları yeni bir okumaya tabi tutulacaktır.

Sosyal Sorumluluk ve Hayratı Geleneği İlişkisi

Halkla ilişkiler uygulaması olarak sosyal sorumluluk kavramı sıkça ele alınan konular arasındadır. Siyasal iletişim bakımından düşünülürse sosyal sorumluluk kavramının temelinde ise sosyal adalet kavramı üzerine yapılan tartışmalar bulunmaktadır. Sosyal adalet, Fransız ihtilali sonucunda önem kazanmıştır. Jean-Jacques Rousseau toplum sözleşmesini, halkın belirli beklentiler altında devleti seçmesi ve devletin kontrolü altına girmeyi tercih etmesi olarak tanımlamaktadır (Rousseau, 2010:13-15). Devletin ekonomik ilişkileri düzenleyen bir rol üstlenmesi ile birlikte sosyal adalet kavramı da gündeme gelmiştir. Ekonomik ilişkilerin toplumsal yapıda ağırlığının artması, kamu ve devlet alanlarının küçülmesi ve toplumsal faydanın nasıl olacağı yönündeki

uygulamaların sorgulanması, ekonomik alanda faaliyet gösteren örgütlerin topluma kendi kar amaçlarının dışında katkılarda bulunması yönünde yaygın bir kanaat oluşmasına neden olmuştur. Buna göre, piyasadaki ürün çeşitliliği ve rekabetin artması gibi gelişmelerin de etkisiyle rekabette kurumsal itibarın öneminin de farkına varan ticari örgütler, halkla ilişkilerin bir uygulaması olarak sosyal sorumluluk uygulamalarına yönelmiştir. Örgütün sosyal sorumluluklarının artmasında refah devleti anlayışının 1960'larda yaygınlaşması, uzun dönemli kâra yönelik beklentilerin etkisi, etik zorunluluklar, olumlu imajın piyasa koşullarında öneminin artması gibi nedenle sosyal sorumluluk önemli hale gelmiştir (Robbins, 1994: 122). Bu nedenle, halkla ilişkiler uygulamalarından birisi olan sosyal sorumlulukla ilgili halkla ilişkiler uygulayıcısının rolleri konusu ön plana çıkmıştır. Bu roller arasında yardım yapma, çevre sorunlarının çözümü yönünde katkı sağlama, sağlık ve eğitim ile ilgili sorunlara eğilme konularında işletmelerin hayırsever rol üstlenmesi gerektiği üzerinde bir oydaşma söz konusu olmuştur (Kim ve Reber, 2008: 3). Sosyal sorumluluk piramidi olarak adlandırılan bu roller konusunda ekonomik, yasal, etik ve hayırseverlik sorumlulukları sıralanmaktadır (Carroll, 1991: 40-44). Archie Carool'un sosyal sorumluluk piramidi olarak gösterdiği ve üst sıraya koyduğu hayırseverlik odaklı sosyal sorumluluk hiyerarşisinde, Geofley Lantos stratejik odaklı bir sosyal sorumluluğu bu hiyerarşinin en üstüne konumlamaktadır (Lantos, 2002: 206). Bir karşılık beklemeden topluma hayırseverlik yoluyla katkıda bulunmak artık tartışmanın başka bir yere evrildiğini göstermektedir. Müşteri odaklı pazarlamanın yaygınlaşması, rekabetin artması, hayırsever odaklı sosyal sorumluluk uygulamalarının sivil toplum örgütleri tarafından yapılır hale gelmesi bu durumun nedenleri arasındadır (Yönet, 2005: 256-257). Ayrıca devlete ödenen vergilerden yapılan hayırseverlik faaliyetleri örgütün nihai karından yapılmadığı için uygulamaların stratejik olduğu yönünde bir kabul de söz konusudur (Yönet, 258). İşletmelerin pazarlama ve tutundurma bütçelerinden yapılan harcamalar hayırseverlik olarak nitelendirmek gerektiği yönünde görüşler bu bakımdan önemlidir. Ancak, işletmelerin devletin belli konu ve alanlarda vergi muafiyeti ile sağladığı imkânlar kurumların hayırseverlik uygulamalarını stratejik olarak yapmalarına neden olmuştur. Son dönemde vakıf kurmaya yönelik artışın ve vakıf sayısı artışından da bu yönde bir eğilimin olduğunu anlamak mümkündür. Amerika'da 2002 yılında hayırseverliğin kurumsal temelde bir önceki yıla göre %10,5'lük artış göstermesinde vergi muafiyetinin etkisini görmek mümkündür (Stinson, 2004: 25). Eğitim, sanat, sağlık ve çevre gibi konularla sınırlandırılan devlet muafiyetleri bu bakımdan yapılan sosyal sorumlulukların ağırlıklı olarak görüldüğü uygulama alanları olmuştur.

Son dönemde sosyal sorumluluk üzerine yapılan tartışmalar işletme odaklı bir bakış açısı ile hayırseverlik için yapılan faaliyetlerin kar, vergi, devlet, müşteri ve pazarlama gibi dinamikler gözetilerek yapıldığı, pazarlama ve satış odaklı bir bakış açısının hakim olduğu açık bir gerçektir. Oysaki kültürel yapı içerisinde bu türden hayırseverlik faaliyetleri toplumsal iktidar ilişkileri içerisinde kendiliğinden yürüyen bir toplumsal davranıştır. Bu davranışın temelinde yatan sosyo-politik nedenler üzerinde durmadan önce iktidar ve kültür bağlamında hayırseverlik ilişkisine değinmekte fayda bulunmaktadır.

Kültür Kuramı ve Hayırseverlik

Tarihsel olarak bakıldığında kültür ve toplum arasındaki ilişki, kültürel gelenek ile kültürel farklılık ve çeşitlilik arasındaki etkileşimle ilgili argümanlar kapsamında değerlendirilmektedir (Marshall, 1999: 442). Sosyal bilimde kültür, insan toplumunda biyolojik olarak değil, toplumsal araçlarla aktarılıp iletilen her şeyi anlatmaktadır. Sosyal antropologların kültürle ilgili düşünceleri bu bakımdan büyük ölçüde Edward Tylor'ın 1871'de yapmış olduğu, kültürün bilgi, inanç, sanat, ahlâk ve gelenek olarak öğrenilmiş yapıyı gösterdiği şeklindeki tanıma dayanmaktadır. Kültürün arkeolojideki kullanımı da insan toplumlarının bütünselliğini kabul etmekle birlikte, maddi kültür yani yapıntılar ile öğrenim ve gelenekle aktarılan pratikler ve inançlar, maddi olmayan ya da adapte edici kültür arasında bir ayrıma gitmektedir (Marshall, 1999: 443).

Kültürün neliğine ilişkin birçok tanım yapılmakla birlikte kültürün gelenekler yoluyla aktarılan ve iletilen her şey olduğu konusunda ortak bir kabul söz konusudur. Bu çalışma için de kültür kavramının tarihsel etimolojisini tartışmaktan çok kültürel bir motif olarak Türk hayırseverlik geleneğinin yapılış nedenleri üzerine bir tartışma başlatmak, kurumsal bir ifadesi olarak vakıfların faaliyet alanları üzerinden iktidar, gelenek ve sosyal sorumluluk tartışmaları bağlamında betimleyici bir çalışma yapmaktır. İletişim çalışmaları açısından da daha önce belirtildiği gibi kültürel çalışmalar bu bakımdan önemli veriler ortaya koymaktadır.

Kültürel kuram kültürün dinamiğini anlamayı ve kavramsallaştırmayı amaçlayan çeşitli girişimler için kullanılan bir terimdir. Kültürel kuram ayrıca, kültür kavrayışının kendisinin simgelediği zeminin bir kısmını kapsamak için benimsenen kavramlarla yapılan bir mücadeleyi de içermektedir. Raymond Williams'ın kültürü "bütün bir hayat tarzı" olarak, Thompson'ın da grupların toplumsal ve maddi varoluşun hammaddesini "kullanmasını sağlayan bir alan olarak vurgulaması, kültür konusunda yeni düşünme biçimlerinin önünü açmıştır (Marshall, 1999: 444-445). Bu yazarların ikisi de, kültürün yaşayan boyutunu, aktif ve kolektif bir süreç olan anlamlı hayat tarzları kurma sürecini ele almayı tercih etmişlerdir (Marshall, 1999: 446). Yapısalcılar ise canlı biçimleri yerine kültürel diller ve kodlarda somutlaşmış şekliyle dışsal, sembolik yapılardan oluşan bir işaretleme sistemi olarak değerlendirmektedir. Bu iki yaklaşımla ilgili karşıtlığı Gramsci'nin kültürün siyasal ve ahlaki liderlik ile otoritenin biçimlerinin şekillenmesindeki rolüne odaklanarak aşmaya çalışmıştır (Hall, 1995). Kültürel kuram içinde Michel Foucault'nun kültürel dillerin ve iktidar ile temsil arasındaki iç bağıntının anlaşılması çerçevesinde şekillendirilen daha söylemsel bir anlayıştır. Foucault, kültürün tarihsel bakımdan hem devletin bir nesnesi hem de bir aracı olarak gelişmesi hakkındaki görüşleri önemlidir (Revel, 2012).

Kültürel kuramcılarının iktidar, egemenleşme ve kültür bağlamında ortaya koydukları görüşler kültürel yapılarını iktidarın nasıl araçsallaştırdığı ve kurumsallaştırdığını göstermektedir. Bir kültürel ifade ve faaliyet alanı olarak hayırseverliğin kurumsallaşmış hali olan Vakıflar da iktidarın araçsallaştırdığı bu yapılar arasında yer almaktadır. Bu bakımdan vakıfların iktidar ile ilişkisi şu şekilde açıklanabilir. Mikro veya makro iktidarın tahakkümün uygulanması tek bir birleşik yönetici sınıf ya da grup ya da kesim

tarafından değil, bağlamsal bir ittifakla mümkün olmaktadır. İktidarın sadece somut bağlamsallıklar da inşa edilmesi tabii kesimlerin massedilmemektir (Hall, 1999b: 223). İçerimlemeyen ve massedilmeyen kesimlerin kendine özgü kültürü olarak bu kesimler tarafından korunmaktadır. Ekonomik ve iktidar yönünden egemen olanların mevcut gücünü betimlemek için dil ve ifadeler kültürel yapılarla birlikte kullanılmaktadır.

Hayratı geleneğini bir bakıma bu bakış açısıyla değerlendirmek mümkündür. Hayırseverlik kavramı yunanca sevgi anlamına gelen ‘philien’ ve insan anlamına gelen ‘anthropos’ kavramlarının birleşiminden oluşan insan sevgisi anlamına gelmektedir (Balıkçioğlu ve Karacaoğlu, 2007: 123). Hayırseverliğin temelinde insan sevgisi yatmaktadır. Hayırseverliği yapmak için ise örgütlü toplum içinde kurumlara ihtiyaç vardır. İşte bu kurumlar egemenlik ilişkilerinin birer sonucu olarak meydana gelmektedir. Hegemonyanın kurulması ve iktidara sahip olanların iktidara tabi olanlarla diyalektik ilişkisi bu yapılar üzerinden kurulmaktadır. Hayrat yapıları birer kültürel yapı olarak değerlendirilirse eğer, bu yapılar gösterge bilimsel okumalara tabi tutulabilir ve farklı alt metinler üzerinde durulabilir. Kültürel birer yapı olarak vakıfların tarih içerisinde nasıl kurumlaştıklarına değinmekte yarar vardır.

Hayrat Geleneğinin Kurumsal Yapısı Olarak Vakıflar

Batı tipi toplumsal yapı ile doğu tipi özellikle orta doğu arasında önemli bir fark olarak kurumsallaşma konusu öne sürülür. Batının kurumsallaşarak sistemli bir toplumsal yapı oluşturduğu ve sorunların üstesinden kolaylıkla geldiği düşünülür. Batı'nın kurumsallaşma konusundaki başarısı övgü bazı zamanlar da imrenilerek açıklanmaya çalışılmaktadır. Türk toplumsal yapısında da bu tür kurumlaşmalara yapılar arasında vakıflar hayırseverlik geleneğinin kurumsallaşan toplumsal örgütlü yapısı olarak karşımıza çıkmaktadır. Vakıflar bu bakımdan yardımlaşma ve dayanışma duygusundan oluşan hayır etme geleneğinin kurumsallaşmış halleridir. Arapça bir sözcük olan ‘vakf’; “tamamen verme, büsbütün verme” anlamına gelmektedir. Hayır işlerinin yapılması ister dini gerekçelerle isterse de iktidar göstergesi olarak yapılması Selçuklu ve Osmanlı'dan günümüze 52000 vakıf bulunması nedeniyle toplumsal yapıda önemli bir yardımlaşma işlevini yerine getirmiştir (<https://www.vgm.gov.tr/kurumsal/tarihce/tarihte-vakiflar>).

Tarihsel olarak flentropi yani hayırseverliğin toplumsal kesimler arasındaki ekonomik gelir konusunda bir adalet sağlama yanında toplumsal yaşamda huzurun ve toplumsal gelişim için önemli olmuştur. Tarihsel olarak bu amaca yönelik Selçuk ve Osmanlı devletlerinde vakıfların önemli bir yere sahip olduğu açıktır. Modern devletin yerine getirdiği birçok sosyal hizmetin geçmişte vakıflar aracılığıyla yapıldığı da bilinen diğer bir gerçektir. Bunun yanı sıra vakıflar Anadolu'nun Türkleşmesi ve İslamlaşmasında sağladıkları aşevleri, eğitim ve ibadet mekanları nedeniyle önemli hizmetler görmüştür. Vakıflar eğitim, sağlık ve inanç yönünde hizmet verirken 19. ve 20. yüzyılda modernleşme ve batılılaşmayla birlikte yerlerini daha çok sivil toplum örgütlerine bırakmıştır. Vakıflar dini inanç hizmeti gören kurumlar niteliğinden sıyrılarak modern dünyanın sivil toplum kurumları arasına girmiştir. Ancak hiçbir geleneksel yapı eski yapısından tamamen uzaklaşması söz konusu olamamaktadır. Sosyal devlet anlayışının hakim olması ile birlikte

eğitim, sağlık ve sosyal adalet gibi konuların devletin görevleri arasında görülmeye başlaması, artık vakıfların toplumsal işlevini de dönüştürmüştür.

Modern dünyada hayırseverlik ile ilgili üç farklı gelenek söz konusudur. Roma/Bizans bu gelenekte önemli bir yer tutar (Çizakça, 2000: 5). Osmanlı vakıf sistemi her ne kadar Bizans vakıf sistemini kullansa da İslam, içerik olarak bu sistemin temel yapısını belirlemiştir. Osmanlı vakıf uygulamaları 19 ve 20. Yüzyılda batı etkisine maruz kalmıştır. Batı etkisi Osmanlı'da merkezileşme olarak tanımlanmış, vakıfların yerel niteliklerden çıkarak merkezi bir yapıya bürünmesine neden olmuştur.

Hayırseverlik ya da zenginin yoksula yardımı Osmanlı'da vakıflar aracılığıyla yapılmaktaydı. Bu yardımlaşmanın temelinde ise iki temel neden bulunmaktadır. Birinci neden kendi iktidarını ve meşruiyetini göstermek için güç simgesi olarak görülmesidir. İkinci neden ise dini kaygılar ve emirler doğrultusunda vicdan ile ilgilidir. Ancak, Osmanlı'da vakıflar mülkiyet haklarının korunmasına, vergi muafiyeti nedeniyle gönüllü hizmetlerin yapılmasına olan ilgiyi artırmıştır. Ayrıca, vakıflar iş yönünden belli ilkelerin oluşmasına neden olmuştur. Köprüler, yollar, limanlar, deniz fenerleri, kütüphaneler, sarnıçlar, su bentleri, çeşmeler ve kaldırımlar inşa edilmesi vakıfların kamusal bir hizmet yaptığı anlamına gelmektedir. Hayır işlerinin vakıflar tarafından yapılması toplumsal adaletin de yerine getirilmesine aracılık eden kültürel bir işlev olmuştur. Kültürü iktidar ilişkilerinin bir sonucu olarak değerlendirildiğinde iktidarını göstermek isteyen veya kendi iktidarını perçinlemek isteyen seçkinlerin hayratlar yapmışlardır. Kimi zaman ölümsüzlük isteği, kimi zaman hatırlanmak güdüsü kimi zaman da güç istenciyle yapılan hayratlar, yine bu dünyanın iktidar ilişkileriyle ilgilidir. Anadolu'nun birçok köşesinde mikro iktidar sahibi insanların bile çeşmeler yaptırarak, çeşmenin yaptırınının isminin yapılması ve isminin önünde toplumsal statülerini belirten ibarelere yer verilmesi bu durumun önemli bir kanıtı olarak değerlendirmek gerekir.

Osmanlı döneminde devlet ve vakıflar işbirliği yapmaktadır. Vakıflar Osmanlı döneminde bağış, mülk ve arazi gelirleri ve küçük esnaf ticaretinden elde edilen kazançlara sahiptirler. Vakıflar tarafından daha önce sayılan hizmetler bu gelirler ve kazançlarla sağlanmıştır. Devlet katında iyi bir mevkiye bulunan veya ticaretle zenginleşen bir birey dini yaptırımlar veya iktidar göstergesi ya da iktidara iyi görünme motivasyonu ile gerekli gördüğünde bir vakıf kurmak için kadıdan izin almak zorundaydı. Bu bağlamda iktidar ve kültür ilişkisi ve kurumlar arasındaki ilişkiye dikkat etmek gerekir. Bu bireylerin vakıf kurma nedenleri arasında önemli bir gerekçeleri vardı: Osmanlı elitlerinin malları müsadere edilebilmesiydi. Zengin ve seçkin Osmanlı asilzadesinin mülkünü korumasının neredeyse tek yolu mülkünü vakfetme ve İslam yolunda hizmete sunmasından geçiyordu. Ayrıca, böyle bir bağış ve vakfetme devlet ve yönetim katında bir itibar edinme vesilesiydi.

Vakıflar gelirlerine yönetim biçimlerine ve inançlarına göre sınıflanmaktaydı. Bu durumda göstermektedir ki vakıfların sadece birer hayır kurumu olmadan önce toplumsal kesimlerin ve inanç sistemlerinin birer uzantısı olarak kurumlaşmalarıdır. Bu kurumlar kendi faaliyet alanlarında yine iktidarlarına göre hizmet vermektedir. Kimi cemaat vakıfları yine inançları doğrultusunda bu vakıflar üzerinden kendi inanç sistemini koruyup kollayacak veya yayacak argümanları bu kurumlar aracılığıyla yapabilmekteydi.

Nakit vakıfları, gayrimenkul vakıfları bir başka ayırım yapılan vakıf türleridir. Nakit vakıfları nakit para ile kadıya kaydettirilirdi. Vakfedilen para borç karşılığı evleri veya arazileri ipotek edilen kişilere verildi. Borcunu ödeyenlere evleri iade edilir, ödeyemeyenler ise menkul veya gayrimenkullerini kaybederdi. Borç alındıktan itibaren de borçlu menkul ve gayrimenkuller için kira ödemeye başladılar. Vakıflar sistemi bu şekilde bir nevi banka işlevi görmekteydi. Vakıf da bu şekilde gelirlerini oluşturmaktaydı. Gayri menkul/emlak vakıfları ise dükkân, hamam, İşhanı gibi emlak kiralarından elde edilen gelir üzerine kurulu bir hayır kurumlarıydı. Bu hayır kurumları bir gelenek üzerine oluşan kurumlardı ve bu faaliyetleri yaparak ticaretin bir parçası olmaktadır. Böylelikle iktidar alanlarını genişlete bilmekteydiler. Elde edilen gelirlerle hayratlar yapılmaktaydı. Bu hayratlar yine iktidar alanını genişletmek maksadıyla yapılmakta, yapılan hizmetler inanç sisteminin birer parçası olarak kamusal hizmete sunulmaktaydı.

Osmanlı'da merkezi yapının zayıflamasıyla vakıfların etkisi artmıştır. Feodal yapılar merkezi devletin zayıflamasının yerini vakıflar aracılığıyla doldurmuşlardır. Ancak 19. yüzyılla birlikte batı etkisi kendini göstermiş, merkezi otorite yeniden inşa edilmiştir. Böylelikle vakıfların yerel kişilerin şahsi iktidar alanı olmaktan çıkmıştır. II. Abdülhamit Han, vakıfların merkezi yapı içerisinde hizmet görmesi için vakıfların yaptığı hizmetleri devlet eliyle yapılan hizmetler haline dönüşmesini sağlamıştır. Seyhülislam'lık'da Bab-ı Mesihat Dairesi kurularak bu daire içerisinde vakıflar devlet yapısı içerisinde eritilmiştir (Özbek, 2016: 185). Osmanlı İmparatorluğunda 20000 civarında vakıf kurulmuştur (Yeniöldüz, 1986: 42). Bu vakıfların 5376 mazhat, 322 mülhak ve 161'i azınlık vakıfları olarak Cumhuriyet dönemine aktarılmıştır.

Cumhuriyet Dönemi Türk Hayırseverliği: Kurumlar ve Yapılar

Egemen olan iktidar düşüncesi egemenliğini kurumlar aracılığıyla yaymak, tabii kesimlerin rızasının kazanmak, bu kesimlerin egemen kültürel yapıya eklenmesini sağlamak istemektedir. Osmanlı döneminde merkezi otoritenin yeniden sağlanmasıyla vakıflar devlet içerisinde yeniden biçimlendirilmiş ancak toplumsal işlevleri aynen kalmış şahsi iktidarların inisiyatifinden çıkartılmışlardı. Cumhuriyet Türkiye'sinde de benzer bir dönüşüm bu kez iktidarın egemen düşüncesine göre yeniden biçimlendirilmiştir. 1 Temmuz 1922 Meclisin açılış konuşmasında Gazi Mustafa Kemal Paşa, vakıfların haraptıktan çıkartılarak memlekete faydalı hale getirilmesini istemiştir.

Kar amacı gütmeyen kuruluşlar arasında dernekler ve vakıflar bulunmakla birlikte vakıflar malvarlığı ile kamu sisteminden bağımsız kuruluşlardır. Bu durum, Cumhuriyetin ilk yıllarında ele alınmıştır. Daha açık bir anlatımla Cumhuriyet döneminde vakıfların mal varlıkları gündeme gelen konular arasında olmuştur. Kaplıcalar, kütüphaneler, şadırvanlar, rasathane, aşevleri, okullar, işhanları, köprüler, köşkler, bedestenler çeşmeler, türbeler, oteller, öğrenci yurtları, kilise, sinagog ve camiler ve benzer ibadethaneler vakıfların mülkleri arasındadır. Cumhuriyetle birlikte vakıflar yeniden düzenlenmiştir. Vakıfların sosyal sorumluluk bağlamındaki hizmetleri yeni seküler modernist dünyanın düşünce biçimine göre dönüştürülmüştür. Vakıflara ait okullar Milli Eğitim Bakanlığına aktarılmış, kimi vakıfların malları satılamaz şeklindeki kabul değiştirilerek, bu varlıkların satılabileceğine ilişkin karar alınmıştır.

Günümüz Türkiye'sinde hizmet veren vakıflarla ilgili bilgiler de vermek yerinde olacaktır. Vakıflar genel müdürlüğü resmi internet sayfasında vakıflar; mazbut vakıflar, mülhak ve esnaf vakıflar, cemaat vakıfları, yeni vakıflar şeklinde sınıflandırılmıştır. Özellikle yeni vakıflar konusunda 2000 yılından itibaren yapılan çalışmalara yine aynı sayfa üzerinde görmek mümkündür. 07.08.2019 tarihi itibarıyla mülhak vakıf sayısı 256, cemaat vakıf sayısı 167, esnaf vakfı 1, yeni vakıf sayısı ise 5268'dir. Yeni vakıf çeşitleri içinde 1003 tanesi sosyal ve yardımlaşma vakıfları, 13 tanesi çevre koruma vakıfları, 4253 adet de çok amaçlı vakıf kurulmuştur. 2000 yılında 4560 olan vakıf sayısı 2019 yılına gelindiğinde 5268 olmuştur. 708 yeni vakfın kurulmasına ilişkin olarak şunlar söylenebilir. 2000 yılından itibaren açılan yeni vakıf sayısı sürekli artmıştır. 2018 yılında 155 vakıf kurulmuştur. Vakıflara olan ilgili vakıfların faaliyet alanlarına bakmak fikir vermektedir. Bu bakımdan vakıflar arasında birden fazla faaliyet alanı olan vakıfları da gözetenek, vakıfların 2018 yılında faaliyet gösterdiği alanlar şunlardır:

SEKTÖR ADI	VAKIF SAYISI
Eğitim	1.719
Sosyal yardım	1.487
Sağlık	1.607
Sosyal hizmet	1.423
Sosyo-kültürel, tarih	836
Diğer	423
Mesleki eğitim	480
Sanat	420
Çevre	405
Bilim-Teknoloji	415
Kalkınma	304
Hukuk, insan hakları, demokrasi	296
Spor	272
Tarım hayvancılık	248
Personele yardım	247

Yukarıda görüleceği üzere vakıfların toplumsal yaşamın neredeyse tümüne dokunan faaliyetlerinin bulunduğunu görmek mümkündür.¹ Faaliyet alanına bakıldığında başat kültürün birer devamı niteliğindeki eğitim faaliyetinin öncelikli hayır işleri arasında olduğu görülmektedir. Bu da iktidar alanı olarak vakıfların Raymond Williams'ın ortaya koyduğu iktidar ve kültür ilişkisi açıklamasına uygun bir durumdur. Williams'a göre, kültür açısından da başatlık ve dışarıda kalma ayrımı yapılmaktadır. Kültür ve iktidar aktarıcısı olarak eğitim kurumlarının hizmeti sistemin temel icracıları arasında yer almaktadır. Eğitim kurumları aracılığıyla, farklı kesimlerin kendi hayat koşullarındaki

1 Bu başlık altında yer alan bütün bilgiler Vakıflar Genel Müdürlüğü'nün resmi internet sayfasından temin edilmiştir.

yaşantıları ve bu koşullardaki anlamlar ve değerler seçilerek, eleğin altında bazı anlamlar ve değerler bırakılmaktadır. Öyleyse başat kültürü ve başat tahakkümü oluşturan bu eleme sistemidir (Williams, 1990: 22-39). Bu nedenle, vakıflar aracılığıyla egemen iktidar kendi görüşünü eğitim üzerinden üretmek istemektedir denilebilir.

İktidarın tahakkümün uygulanması bağlamsal bir ittifakla mümkün olmaktadır. İktidarın sadece somut bağlamsallıklarla inşa edilmesi tabii kesimlerin massedilmemesi anlamına gelmektedir. İçerimlemeyen ve massedilmeyen kesimlerin kendine özgü kültürü, bu kesimler tarafından korunmaktadır. Ekonomik ve iktidar yönünden egemen olanların mevcut gücünü betimlemek için dil ve ifadeler kültürel yapıntılarla birlikte kullanılmaktadır (Hall, 1999b: 223). Faaliyet alanlarına bakıldığı zaman vakıfların hayata ilişkin her alanda etkin görevler üstlendikleri Hall'ün bahsettiği iktidarın bağlamsallıkları ve tabii olan kesimlerin kültürünün yaşamasına olanak tanıyan bir niteliktedir.

Tüm vakıfların faaliyet alanları düşünüldüğünde ve vakıfların tarihsel bağlam içerisinde değerlendirildiğinde kimi zaman kişilikler üzerinden kurulan feodal iktidarların kimi zaman devlete hakim olan egemen düşünce sisteminin vakıfları yeniden düzenleyerek ve biçimlendirerek kendi iktidar ilişkilerini düzenlediğini görmek mümkündür.

Sonuç

Mitolojide Prometheus'un yarattığı balçıktan insanları Zeus beğenmediği için yok etmek istediğinde, Prometheus, onları kurtarmak için Zeus'tan çaldığı ateşi ve iyimserliği veya umudu insanlarına verir. Bilimi ve sanatı temsil eden ateş, bütün koşulları çekilir hale getiren iyimserlikle birleştiğinde insanlar yaşayabilmektedir. Batı toplumu için Filantropi veya hayırseverlik bu anlama gelmektedir. Türk hayırseverliğinde İslam etkilidir. Allah yolunda yapılan hayırlar geleneksel kurumlar olan vakıflar aracılığıyla yapılmaktadır. Ancak inanç sistemlerinin dışında yine bu dünyanın işleriyle ilgilenen Vakıfların faaliyet alanlarına bakıldığında kültürel kurumların iktidar ilişkileri içerisinde yeniden iktidarın isteği doğrultusunda dönüştüğü açık bir gerçektir.

Çalışmada, Vakıfların öncelikle olarak iktidarın hegemonya kurma araçları birisi olduğu yönünde bir kabul söz konusudur. Selçuklu ve Osmanlı vakıflarının merkezi devletin güçlü olduğu dönemlerde devlet ile birlikte hareket edebildiği, bunun dışındaki dönemlerde ise iktidar sahibi kim ise onun etkisinde olduğu yukarıda ele alınmaya çalışılmıştır. Merkezi sistemin bozulmasıyla yerel şahsiyetlerinin hükmüne geçen ve iktidar göstergesi olarak işleyen vakıfların II. Abdülhamit'in merkezi devleti güçlendirmesiyle tekrar devlet içinde eritilmiş olması bunun bir örneğidir. Yine, Cumhuriyetle birlikte yeni egemen düşünceye göre vakıfların düzenlenmesi her iktidarın vakıfları kendi dünya görüşüne biçimlendirdiğinin göstergesi olduğu açıktır. Ayrıca, vakıfların ağırlıklı olarak eğitim faaliyetinde bulunması hegemonik düşüncenin kültürel iktidarını artırmak ve yaymak için kullandığı bir araç olarak görülmüştür. Hayırseverlik bu bakımdan önemlidir ancak, geleneksel anlamıyla hayırseverlik acil gereksinimlere yalnızca kısa vadeli çözümler sunmaktadır. Oysa buna karşılık *sosyal adaletin geliştiği toplumlarda* eşitsizlik ve güç dağılımı sorunlarına çözümler daha kapsamlı çözümlere

kavuşturulmaktadır. Ancak, kurumsallaşan ve yüzyıllarca topluma hizmet eden vakıfların toplum içinde egemenlik ilişkilerden sıyrılarak etkin iyilik hareketleri olduğu gerçeğini de değiştirmemektedir.

Çalışma bağlamında son olarak sosyal sorumluluk kavramı üzerinden tartışmanın geleneksel Türk hayırseverlik yapıları olarak Hayratlar ve bu hayratları yapan kurumlar olarak vakıflar tarihsel ve toplumsal bağlam içinde düşünüldüğünde zaten yapıyor olması çok açık bir gerçektir. Pazarlama karması içerisinde tartışılan sosyal sorumluluk kavramının, işlevsel olarak ikame ettiği hayırseverlikle ilgili ister güçlünün gücünün simgesini teşhiri için olsun, ister kendi malını korumak için yapıyor olsun, ister se de merkezi iktidarın dünya görüşüne göre biçimlendirilsin vakıflar birer iyilik hareketi olarak topluma faydalı birer hayırseverlik kurumlarıdır. Yüzyıllarca şimdilerde tartışılan sosyal sorumluluğu yerine getiren vakıflar, faaliyet alanlarıyla sosyal adaletin sağlanması yolunda önemli bir toplumsal işlevi yerine getirmektedir.

Kaynaklar

Balıkçioğlu, Betül ve Karacaoğlu, Korhan. (2007). “Sosyal Bir Ürün Olarak Toplumla Pazarlanan Hayırseverlik: Stratejik Hayırseverlik”, Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 9/2, S. 121-141.

Carroll, A. B. (1991). The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, Business Horizons, July-August. s. 39-48.

Çizakça, M. (2000). A History of Philanthropic Foundation: The Islamic World From the Seventy Century to the Present , İstanbul: Boğaziçi University Press.

Hall, E. T. (1992). “Melez Şahsiyetlerimiz”, Birikim, Sayı: 45–46, İstanbul.

Hall, S. (1999a). “İdeolojinin Yeniden Keşfi: Medya Çalışmalarında Baskı Altında Tutulanın Geri Dönüşü”, içinde Medya, İktidar, İdeoloji, (der. ve çev.) Mehmet Küçük, Ankara: Ark Yayınları.

Hall, S. (1999b). “Kültür, Medya ve İdeolojik Etki”, içinde Medya, İktidar, İdeoloji, (der. ve çev.) Mehmet Küçük, Ankara: Ark Yayınları.

Hall, S. (2003). “Kodlama ve Kodaçım”, içinde Söylem ve İdeoloji, (haz.) Barış Çoban ve Zeynep Özarslan, İstanbul: Su Yayınları.

Hall, S. ve Jaques, M. (1995). Yeni Zamanlar: 1990’larda Politikanın Değişen Çehresi, İstanbul: Ayrıntı Yayınları.

<https://www.vgm.gov.tr/kurumsal/tarihce/tarihte-vakiflar>

Kim S. Y. ve Reber, B. H. (2008). Public Relation Place in Corporate Social Responsibility: Practitioners Define Their Rol. Public Relation Review. DOI:10.1010/j.pubrev.2008.07.03.

Lantos, G. P. (2002). The Ethicality of Altruistic Corporate Social Responsibility, *The Journal of Consumer Marketing*; 19, 2/3, s. 205-208.

Marshall, G. (1999). *Sosyoloji Sözlüğü*, Ankara: Bilim Sanat Yayınları.

Mattelart, A. ve Neveu, E. (2007). *Kültürel İncelemelere Giriş*. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları.

Özbek, Nadir. (2016). *Osmanlı İmparatorluğu'nda Sosyal Devlet: Siyaset, İktidar ve Meşrutiyet 1876-1914*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Neuman, W. Lawrance, (2014a). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar, Cilt 1*, Ankara: Yayınodası Yayıncılık.

Neuman, W. Lawrance, (2014b). *Toplumsal Araştırma Yöntemleri Nitel ve Nicel Yaklaşımlar, Cilt 2*, Ankara: Yayınodası Yayıncılık.

Stinson, S. (2004). "Philanthropy Inc.", *New Orleans City Business*, 19 Ocak 2004.

Revel, J. (2012). *Foucault Sözlüğü*, İstanbul: Say Yayınları.

Robbins, S. P. (1994). *Management*, New Jew Jersey: Prentice Hall International Inc.

Rousseau, J. J. (2010). *Toplum Sözleşmesi*, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Williams, R. (1990). *Marksizm ve Edebiyat*, İstanbul: Adam Yayınları.

Williams, R. (2005). *Anahtar Sözcükler*, İstanbul: İletişim Yayınları.

Yeniyıldız, B. (1986). "Vakıf", *İslam Ansiklopedisi*, c. VIII. İstanbul: MEB Yayınları.

Yönet, E. (2005). "Kurumsal Sosyal Sorumluluk Anlayışında Son Dönemeç: Stratejik Sorumluluk", *Sosyal Bilimler Dergisi*, s. 239-264. <http://sbe.balikesir.edu.tr/dergi/edergi/c8s13/makale/c8s13m7.pdf> (Erişim Tarihi: 28.05.2020).

Theoretical Understanding of the Construction Process of the Cultural ‘Other’ in News Media

Haber Yayınlarında Kültürel ‘Öteki’nin İnşa Sürecinin Teorik Kavrayışı

Aynur Sarısakaloğlu, Dr. Öğr. Üyesi, Türk-Alman Üniversitesi Kültür ve Sosyal Bilimler Fakültesi,
E-Posta: aynur.sarisakaloglu@tau.edu.tr

Keywords:

Identity Construction,
Cultural ‘Other’,
‘Othering’,
Media Representation,
News Media.

Abstract

The purpose of this study is to display the processes of cultural identity construction within the context of the media by including approaches of identity and ‘Othering’, with the aim of developing an understanding of media representations of the cultural boundaries between the ‘Self’ and the ‘Other’. This research adds to existing literature in three different ways. Firstly, the article outlines concepts of identity and ‘Othering’ as well as constructions of cultural identity within the framework of the notion of ‘Othering’. Secondly, it argues that the news media plays an essential role in the construction of the ‘Other’ by setting agendas and framing issues by the manner in which it presents news, and how it treats them. Generally, news media discourses of cultural otherness rely on stereotypical representations, prejudice, and hate speech, due to the cultural differences that reveal the construction of cultural boundaries for the out-group as the culturally inferior ‘Other’ by including or excluding cultural peculiarities, as opposed to the in-group. Finally, this article concludes by suggesting that the concept of ‘Othering’ can be adopted to understand the influence of the media on constructions of cultural identity. Therefore, future research questions regarding media constructions of identity and the cultural ‘Other’ can be formulated on the basis of the theoretical findings in this article.

Anahtar Kelimeler:

Kimlik İnşası,
Kültürel ‘Öteki’,
‘Ötekileştirme’,
Medya Temsilleri,
Haber Medyası.

Öz

Bu çalışmanın hedefi, medyadaki kültürel kimlik oluşturma sürecini ‘Kendi’ ve ‘Öteki’ arasındaki kültürel sınırların medya tarafından nasıl yansıtıldığını kavramak amacıyla kimlik ve ‘Ötekileştirme’ yaklaşımlarını kullanarak incelemektir. Bu çalışma varolan literatüre üç farklı şekilde katkı yapar. Birincisi, makale ‘kimlik’ ve ‘Ötekileştirme’ kavramlarını, ve buna ek olarak ‘Ötekileştirme’ kavramının içerisindeki kültürel kimlik oluşumlarını ana hatlarıyla tanımlar. İkincisi, haber yayınlarının gündemi belirleyerek ve sundukları haberlerdeki meseleleri buna uygun olarak çerçeveleyerek ‘Ötekileştirme’ sürecinde büyük bir rol oynadığını öne sürer. Genel olarak, haber yayınlarındaki kültürel ‘Öteki’nin anlatımları basmakalıp temsiller, önyargı, ve nefret söylemi üzerine kurulu olur; bunun nedeni ise iç-grubun dış-grubu kültürel açıdan aşağı bir ‘Öteki’ olarak tanımlamasına yol açan kültürel farklılıkların ikisinin arasındaki sınırların oluşumuna yol açmasıdır. Son olarak da, makalenin bitiminde ‘Ötekileştirme’ kavramının kültürel kimlik oluşumunda medyanın etkisini anlamak için uygulanabileceği önerilir. Bu sayede, medyanın kimlik oluşumuna etkisi ve kültürel ‘Öteki’ hakkında gelecekte yapılacak çalışmalar bu makalenin kuramsal bulgularını başlangıç noktası olarak kullanabilir.

Introduction

The news media encompasses forms of mass media which focus on communicating news to the public. According to German psychologist Gerhard Maletzke (1963), mass communication is any form of communication in which messages are distributed publicly to a dispersed audience indirectly and uniformly by using technological means. These include not only the printed press or broadcast news such as television and radio, but also news published on the Internet such as in online newspapers, online magazines or blogs. In particular, news media is a source and a tool for identity construction, in which in-group members can differentiate facets of their own identity from constructed narratives by the attributions and stigmatisations of out-group members (Goffman, 1959, 1963). Generally, out-group members such as ethnic minorities, migrants, immigrants, refugees and asylum seekers with whom in-group members do not identify, live at least between two cultures and thus experience different cultural patterns. This situation is amplified by the manner in which out-group members are portrayed in the media, especially in news media, since news reporting has a profound presence in the daily lives of people, and thus makes a significant impact on the public's perception of out-group members.

The crucial notions of culture and identity are extensively discussed in news media, and components of cultural identity are reconstructed, transformed and represented by the effects of said media. Media representations of minorities implicate discourses of denigration and demeaning stereotypes. In particular, cultural differences are represented in the media alongside the portrayal of hateful and negative emotions, feelings or attitudes; this has become an increasingly important issue as it in turn shapes people's attitudes towards 'Others', regardless of whether their estimation of the 'Other' is positive or negative (Berry et al., 2015; Allen et al., 2017). Thus, news media is capable of producing portrayals that impart identity to text and image, which likewise perform a significant role in the construction of the 'Other'. A theoretical concept that explains this process is the notion of 'Othering' in the context of post-colonial theory (Said, 1979).

According to Stuart Hall (1992), cultural boundaries are constructed by determining characteristics and differences between the 'Us' and the 'Other' through exclusion and/or inclusion of cultural differences. This evokes the question of which self-images and images of the 'Other' are represented, since discourses of 'Othering', as they circulate through the media, are not only exclusionary but also potentially divisive. Studies on identity construction in media have been flourishing for several years. These studies primarily analyse media frames by conducting a qualitative and/or quantitative content analysis to establish how out-group members are portrayed in the media. Research demonstrates a tendency for media coverage to represent 'Otherness' through stereotypes. However, fewer studies deal with theoretical considerations of the cultural 'Other', although existing theoretical perspectives of identity construction are manifold. It has to be noted as a shortcoming that studies on identity construction discuss media portrayals and stereotypes of out-group members, but not the construction process of the 'Other' in news media. The media plays an important role for members of society of all ages and cultures, and it is hugely influential in shaping individuals' attitudes towards life. Regarding this, the aim of this study is to treat constructions of cultural identity on the

basis of certain theoretical assumptions and findings on how news media constructs cultural boundaries performatively and increasingly towards members of the out-group by distinguishing ‘Us’ from ‘Them’, as well as marginalising or even denigrating them as cultural outsiders, i.e. ‘Others’.

To this end, this article attempts to examine constructions of the cultural ‘Other’ in news media on the basis of the following research questions:

RQ 1: What are the determinants of the construction of the cultural ‘Other’?

RQ 2: How are out-group members generally framed as the ‘Other’ in news media?

The particular contribution of this theoretical discussion is to disentangle components underpinning the construction of cultural ‘Others’ in news media. Considering the purpose of this study and the existing literature, the article begins by presenting approaches of identity and the concept of ‘Othering’ as refers to the determination of cultural identity. Furthermore, it focuses on the role of news media in constructing the cultural ‘Other’ in general. The synthesis section reflects theoretical arguments, and the conclusion sums up theoretical findings and discusses the potential for using said theoretical findings, as well as the limitations of this article.

Theoretical Considerations about Identity Construction

Identity is a complex phenomenon that has been at the centre of various academic fields such as psychology and social sciences; it has inspired many scholars to examine this “powerful construct” (Vignoles et al., 2011: 2). The notion of identity was discussed first as the interpretation of ‘Self’ and society within the symbolic interactionist tradition, also known as the ‘Chicago School’, by George Herbert Mead (1934). Mead’s (1934) theory on identity development is based on the concepts of ‘I’, ‘Me’ and ‘Self’, which emerged with the growing migration crisis and consequently the increasing number of migrants, who were perceived as a threat to the host society, or rather to the self-concept of the local populace. This situation led to a redetermination of belongingness as well as the shaping of cultural boundaries between one’s own identity and the identity regarded as the ‘Other’.

In addition to the conceptualisation of identity as a social process, the term was also used in Erikson’s (1959) conception of the psychosocial development model, which focuses on the construction of identity as one of the most essential elements of personality development. According to Erikson (1968), identity not only refers to the core of each person, but also to his/her collective culture which is shaped by reflection. Collective identity in turn emerges via belonging to a social group, such as one’s family or friends, being part of a minority or an ethnic background, and can be perceived only if a person represents those shared traditions, cultural values, norms, etc. Therefore, belonging to a specific social group means identifying with them or seeking to be like them, and differentiating yourself from other groups (Freud, 1955). This gave way to identity

construction as a process of social comparison of one's self with 'Others' by defining similarities or outlining differences.

Hall (1992: 275-277) suggests three different conceptions of identity: (1) the Enlightenment subject; (2) the sociological subject; and (3) the postmodern subject. The notion of the Enlightenment subject (1) is based on the philosophical view which considers identity as an ontological property and understands the human person as a unified and stable individual with conscious action ability, whose centre comprises an inner core. This inner core arises with the birth of an individual and remains inherently the same throughout his/her existence. The idea of the sociological subject (2) is devised by Mead (1934) and Cooley (1902), who elaborated an interactive conception of identity, in which the subject retains its inner core but is shaped by the interaction between 'Self' and society. According to this view, the gap between the personal and the public world is bridged by the subject in reciprocation with other identities. Thus, identity can be considered a dialectical process, since it is formed in a continuous dialogue with 'Others', "who mediated to the subject the values, meanings, and symbols – the culture – of the worlds he/she inhabited" (Hall, 1992: 275). The subject is no longer a unified and stable identity, but fragmented, unstable, incomplete and unresolved, because it is constantly reforming and modifying itself in a dialectical process with other cultural identities (Hall, 1992: 276-277). This leads to the emergence of the postmodern subject (3), who, in contrary to the Enlightenment subject, is not biologically but historically defined and is a moveable construction with no fixed and permanent identity. It is conceptualised as a process of identification, as the subject changes and assumes contradictory identities over time through social or cultural influences that "are not unified around a coherent 'self'" (Hall, 1992: 277). In other words, self-identity can be defined so long as it differs from other identities.

As a result, there exists a plurality of conceptions of identity. However, all such assumptions have following three aspects in common: First, identity is determined as a self-image which is linked to a self-concept — a conception "the individual has of himself as a physical, social and spiritual or moral being" (Gecas, 1982: 3) — i.e. the thoughts and feelings of an individual about himself/herself as an object (Rosenberg, 1979). The second aspect highlighted in definitions of identity is the characterisation of identity as shaped by certain functioning traits and habits reflecting the person's character (Jacobson-Widding, 1983; Berger and Luckmann, 1991). And the third common aspect is the definition of identity as a constructive narrative (Berger and Luckmann, 1991). So, identity can be considered an active dialectical process through which individual persons constantly assess themselves based on common attitudes, similar views, traits etc. shared with other selves, and determine who they are in relation to 'Others' (Onkvisit and Shaw, 1987). This makes it possible to define the differences between the 'Self' and the 'Other' by perceiving who they are or who they are not (Goffman, 1963). In this sense, the question of identity is not only who the 'Self' is, but also who the 'Other' is.

Cultural Identity as a Dialectical Process

The creation of culture as a social construct is likewise an ongoing interaction process (Applegate and Sypher, 1988). According to the European Commission (2007: 2), culture can be defined as that which “brings people together by stirring dialogue and arousing passions, in a way that unites rather than divides”. Therefore, culture can be considered “as a set of distinctive spiritual and material traits that characterize a society and social group”, such as literature, arts, ways of life, traditions, values and beliefs (European Commission, 2007: 2). Culture is a primary factor in our lives, or as Raymond Williams (1966: 312) states, it is “not only a body of intellectual and imaginative work; but also and essentially a whole way of life”, with its social and cultural practices; since culture shapes the way we behave, think and feel, all of which largely depend on the person’s receptivity to culture. Furthermore, cultural values and attitudes are fundamental to the shaping of one’s identity, because they resonate with who we are and how we live our lives. Hence, cultural identity can be determined as the self-concept of individual persons who possess certain identical or similar cultural traits and values — like “physical appearance, racial traits, skin color, language usage, self-appraisal, and other-perception factors” (Ting-Toomey, 2005: 214) — who dissociate themselves from members of other cultural groups. Further, religion is also an important identifier for cultural identity, as it creates an identity for its group members and strengthens the cultural belongingness (Samovar et al., 2007). In other words, cultural identity unifies people through shared symbols, values, norms, beliefs, language, religion, and other cultural components (Samovar et al., 2007). These cultural components allow the emergence of a unique cultural identity. Group members behave and act appropriate to these cultural components in order to maintain membership in the unique cultural group. However, the identity of a group is not only based on these components. According to Collier (2002), cultural identity is influenced by internal and external aspects, i.e. by avowals and ascriptions. Culture is also redefined, particularly in intercultural exchange processes (Kim, 1988). Assumptions about self-identity are inferred in relation to ‘Others’. Against this backdrop, cultural identity has an influence on “whom we befriend, what holidays we celebrate, what language or dialect we are comfortable with, and what nonverbal styles we are at ease with in communicating with others” (Ting-Toomey, 2005: 214). As a result, cultural identity is a dynamic and “moveable feast” that changes constantly in different social contexts and undergoes continual transformation (Hall, 1992: 277; Derrida, 1979; Castells, 1997). However, our identities are not solely determined by our biology and cultural values; cultural identity is also constructed through various individual developments, such as the sense of self-preservation when threatened and the fear that results from discriminatory experiences, which force people to guard themselves against ‘Others’ because of threats to their own identity (Vedder and Van Geel, 2017). Hence, the ‘Self’ is also shaped by social experiences that are encountered throughout life.

The Concept of ‘Othering’ as a Discursive Process

The construction of the ‘Other’ refers to the original meaning of the term ‘identity’, derived from the Latin word ‘idem’ meaning ‘the same’ and describing the state of being

equal, belonging to someone and the existence of similarities (Metzeltin and Wallmann, 2010: 41). It is the result of a discursive process in which a group of people (in-group, 'Us', the 'Self') tend to view other groups that are dissimilar as the out-group ('Them') by stigmatising differences, which in turn evoke the classification of individuals into two hierarchical groups: 'Them' and 'Us'. Accordingly, collective identity is the unification of persons through the definition of boundaries between the 'Self' and the 'Other' which enable the segregation of in-group members from out-group members, friends from enemies, heroes from evildoers or the more powerful from the less powerful (Straub, 1998: 100).

Being similar to someone or belonging to a community and sharing certain qualities with others also implies not belonging to another group, or being able to differentiate another group due to different characteristics (Metzeltin and Wallmann, 2010; Yep, 2001). Therefore, "living with the other, with the foreigner, confronts us with the possibility or not of 'being an other'" (Kristeva, 1991: 13). When two different cultures interact, members of the in-group tend to value themselves in contrast to the 'Others', and distinguish themselves from the out-group members they devalue by setting themselves apart (Lévi-Strauss, 1961); as Fabian (1986: 208) also states: "The other is never simply given, never just found or encountered, but made". So cultural 'Otherness' can be defined as the representation of components of culture which differ from the familiar attitudes of the 'Self'.

A theoretical concept outlining the notion of 'Othering' is explained in post-colonial theory, in which the Orient is depicted as "Europe's greatest and richest and oldest colonies, the source of its civilizations and languages, its cultural contestant, and one of its deepest and most recurring images of the Other" (Said, 1979: 1). The Orient as the imaginary 'Other' of Europe is represented in a distancing and reductionist manner, and draws on a contrasting self-image in which the Orient is defined as "irrational, depraved (fallen), childlike, 'different'", whilst Europe is "rational, virtuous, mature, 'normal'" (Said, 1979: 40). It follows from this that identity is constructed by defining spatial differences between the 'Self' and the 'Other' (Said, 1979). In order to determine the identity of the 'Self', it is therefore necessary to determine the difference from the 'Other'. 'Othering' is consequently a process in which a dominant and powerful group determine into existence an inferior group, or in other words, the 'Other' is required to identify one's own self-image (Fine, 1994). So, 'Otherness' signifies how people or members of the in-group determine their relationship to other people or to members of the out-group. This relationship is strongly influenced by self-image and how one is perceived by others, as expressed through prejudice, stereotyping and/or discrimination.

Cultural 'Otherness' through Prejudice, Stereotyping, and Discrimination

In general, prejudice is an unfavorable affective attitude or belief towards a member of a certain social group, or a preconceived image of someone or something belonging to a certain ethnicity, race, gender etc. based upon a lack of knowledge (Quasthoff, 1978). Prejudice serves the following functions: the stabilization of self-esteem, the structuring

of social situations, the exclusion of out-group members, the fortification of in-group members towards 'Others', and the discharge of aggression (Schäfers, 2003: 422). The terms prejudice and stereotype are closely related. An important aspect distinguishing prejudice is its content, which is particularly charged with emotion, whereas a stereotype is a generalised mindset and oversimplified image or belief regarding a collective group and their members, which can either be positive or negative. Therefore, stereotyping refers to "the process of ascribing characteristics to people on the basis of their group memberships" (Oakes et al., 1994: 1). For Lippmann (1922: 95), stereotypes are used to comprehend the world around us: "They are an ordered, more or less consistent picture of the world, to which our habits, our tastes, our capacities, our comforts and our hopes have adjusted themselves."

Stereotypes as constructions of collective identities are shortcuts that allow us above all to get a quick picture of the 'Other' (Shoemaker and Reese, 1991). Accordingly, this definition of the 'Other' implies also the engagement of oneself, because the 'Other' and the 'Self' interrelate to one another (Landwehr and Stockhorst, 2004: 195). Thus, it can be said that the differentiation of 'Self' from the 'Other' supports the construction of auto-stereotypes, which are images and beliefs members of an in-group hold about themselves (Manz, 1968). On the other hand, self-image is influenced by hetero-stereotypes, images members of a certain group have about another group to which they do not belong (out-group) and which has its basis in a different culture or nation (Manz, 1968). Furthermore, one's behaviour and attitude are also shaped by suspected auto- and hetero-stereotypes, which Vorauer et al. (1998: 917) call meta-stereotypes, "a person's beliefs regarding the stereotype out-group members hold about his or her own group" (Vorauer et al., 1998: 917). Hence, stereotypes support the construction of identity in terms of belongingness and differentiation; those not only pave the way for images of the 'Other' but also promote the emergence of discrimination, which is negative behaviour or differential treatment by members of the in-group, who separate themselves from members of the out-group against the backdrop of social class, race, sex etc. (Allport, 1954). According to Allport (1954: 51) discrimination "occurs when we take steps to exclude members of an out-group from our neighbourhood, school, occupation, or country". A more positive perception and image of the 'Self' is obtained by discriminating against out-groups and devaluing their members. This can lead to the emergence of ethnocentrism, the tendency of the in-group to treat its own members and cultural values as superior to the members and cultural peculiarities of the out-group (Sumner, 1906). Consequently, identity is the 'non-identical' that needs 'Otherness' to distinguish itself from the 'Other', as both concepts only exist in relation to each other; or as Ernesto Laclau and Chantal Mouffe (1985: 128) point out, "to be something is always not to be something else". Also, James Donald (1988: 32) assumes that one's own culture is determined "by differentiating it from other cultures, by marking its boundaries [...] because the 'us' on inside is itself always differentiated". Following this, the cultural 'Self' is consistently defined in relation to the cultural 'Other'.

Impact of News Media on the Construction of Cultural ‘Otherness’

In general, cultural values are shaped or constructed through discourses in the public sphere, or as Jürgen Habermas (1962) states, via publicity to the public. According to this point of view, information is transmitted through institutions such as mass media to achieve publicity. To this end, a common set of cultural values, norms or ideas are necessary in order to set up a public sphere as a system to enable public communication (Habermas, 1998). The more a piece of information — such as on cultural values — is shared by the media, the more intersubjective this content becomes, for example when reports on specific issues are delivered in a uniform manner, which in turn creates a basis for public discourse and provides a sense of communality by producing publicity (Habermas, 1962; Wendt, 1992). It is important to realise that culture is constructed consistently not only with regard to solid cultural traditions and values, but also owing to the influence of the media in shaping everyday patterns of behaviour. Therefore, news media functions as a bridge connecting “the world outside and the pictures in our heads” (Lippman, 1922: 3).

Several social scientists have already attempted to analyse and explain the huge impact of the media on its audience (McLuhan, 1964; McQuail, 1994). According to Jäger (2007), the media can significantly influence the creation and articulation of discourses, for example when it constructs the image of the ‘Other’. In particular, mass communication such as news media possesses the ability to shape one’s opinion, as they are often the primary source of information about subjects which the audience frequently has limited knowledge (De Fleur and Ball-Rokeach, 1975). Hence, media plays an integral part in shaping public discourse, since it can have an impact on the way out-group members are perceived and treated by in-group members. Accordingly, news media matters in relation to identity construction, as it spreads values, norms and symbols and thus influences the way a society thinks and shapes their opinion, since they gather much of their knowledge about issues from news media such as websites (Harrison, 2006). Whether published information is recognised by individuals or the audience, and how it is perceived, depends mostly on whether a public opinion is supported by high-circulation newspapers or individuals with high credibility in social and political institutions, such as ‘opinion leaders’ (Habermas, 1962); as information “seems to flow from [...] print to opinion leaders and from them to less active sections of the population” (Katz and Lazarsfeld, 2009: 32). Opinion leaders have certain personality traits and a specific role in their societal group, either conveying the input from the media by which they have been convinced, or changing the media’s information to the effect that corresponds to their opinions (Weimann, 1991; Kepplinger, 2012).

Ideology, socio-political and/or economic interests of news organisations can also be viewed as important factors influencing the content of the news and distorting public opinion, as they are able to select content based on their own interests and aspirations (Harrison, 2011; Bovitz et al., 2002). Beyond this, agenda-setting can also influence public opinion by setting a public-oriented agenda that provides a rank-ordered set of news stories apprehended to be the most significant (McCombs, 1981; Rössler, 2012). Accordingly, journalists not only propose topics and orient their audience, but also tend to

write stories which can sustain the audience's interest and desire to read further (Rössler, 2012). The published information flow is somehow filtered, but beyond that, the message is absorbed by the audience in the shape of new content through the "pictures in our heads" (Lippman, 1922: 3; Shannon, 1948). The audience can also be considered active media users, who on the one hand consciously select news and read content based on their interests, requirements and aspirations, and on the other hand ascribe meaning to content in various ways that refer to their individual characteristics and the collective identity to which they belong.

Furthermore, news media has an influence on the way we think and act by the manner in which an event is framed by news producers such as journalists, since they can influence public discourse and shape our understanding of issues through news items by adopting statements of opinion from members of the public and consequently reinforce attitudes and beliefs of in-group members towards out-group members (Gunter and Christen, 1999; Blinder and Allen, 2015). However, the way in which issues are framed depends not only on journalists' personal biases but also organisational structures and media routines, as well as the cultural orientation of news producers (Gamson and Modigliani, 1989). Media frames allow audiences to categorise and interpret information in accordance with a predetermined schema or frame, as well as to emphasize certain issues of reality whilst ignoring others (Entman, 1993, 52). Moreover, they have an agenda-setting power to influence public discourse as well as to serve as a kind of metacommunicative structure that makes use of metaphors, images, symbols etc. to evoke latent messages for the audience (Goffman, 1974; Entman, 1993). News media has the potential to foster the self-identification process by problematising the presence of the 'Others' in a societal group through discourses linked to national representations and negative portrayals of out-group members referring to multiple factors such as ethnicity, religion, class etc. The more the audience reads such news stories, the more they take in such statements, particularly when the audience has less knowledge about the issues mentioned on the news (Gunter and Christen, 1999; Philo, 2008). Here, news media acts as the shaper of collective consciousness and has an impact on the way out-group members are represented in public discourse and perceived by in-group members. Therefore, journalists are required to be neutral transmitters and report facts in an unbiased manner as well as to avoid prioritising their own statements of opinion and beliefs in news stories, preventing the use of language signifying negative outlooks and alluding to negative stereotypes or even hate speech in order to foster inclusion and mitigate conflicts between in-group and out-group members (Happer and Philo, 2013; Galtung, 2006). In this sense, the manner in which news producers present and describe an issue or the type of frame they use for certain issues are highly significant.

Synthesis

Every culture possesses a unique set of characteristics and values, shaped not only by its geography, history or dialectical process with other cultural identities but also through news media. The role of news media in the construction of cultural boundaries and

cultural identities has become a highly researched issue. News media doesn't only offer news on what is happening in the world, but also transmits images of issues discussed in the stories, which in turn leads to a sense of unity amongst those not depicted therein. This is one of the most common ways we frame our identity and define ourselves. Within this framework, cultural identity can be defined as a collective identity constructed through the perception of the cultural 'Self' and/or at least one of the cultural 'Others', as we define ourselves by determining what we are not (see Figure 1). So, construction leads to self-description, which in turn leads to differentiation.

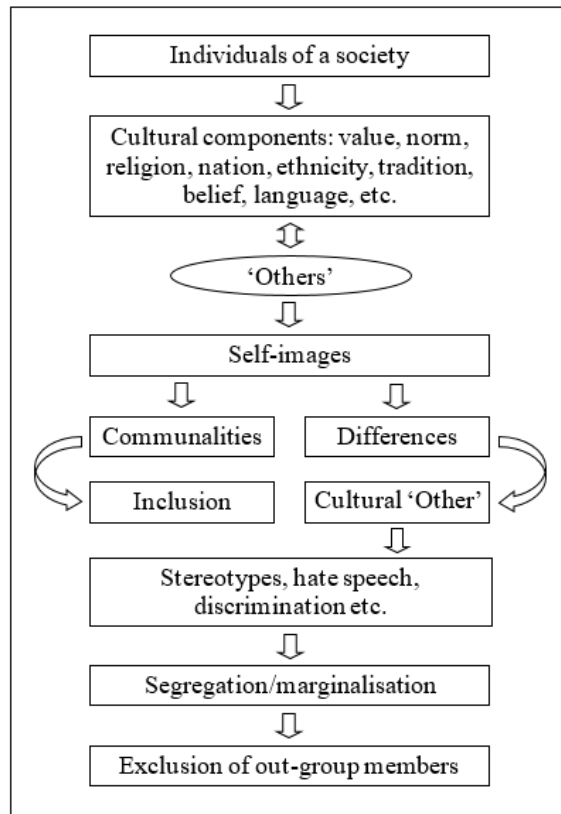


Figure 1: Construction of the cultural 'Other'

The question of how the cultural 'Other' is constructed is strongly influenced by multiple factors. In general, cultural identities are predominantly constructed within an ongoing dynamic process and can be made up of a variety of indicators, such as values, norms, religion, nation, ethnicity, tradition, belief, language, skin colour, profession etc., which in turn can be defined as identifiers of the inclusion or exclusion of out-group members (Quasthoff, 1978; Ting-Toomey, 2005; European Commission, 2007; Samovar et al., 2007). These identifiers lead also to cultural boundaries that are constructed where at least two different cultures or identities encounter each other and hence mark the beginning and ending of a community. Therefore, we can say that boundaries are a significant factor in identity construction, since without the existence of boundaries

determinations of cultural distinctions as well as differences and/or commonalities between in-group members ('Us') and out-group ('Them') members would not be possible. In this regard, news media plays an important role as it is able to (re)construct cultures and identities through the manner in which it reports news, enabling the shaping of individuals' behaviour (De Fleur and Ball-Rokeach, 1975; Harrison, 2006). The way such issues are treated defines whether minority groups are included or excluded from the local community. In this context, culture is a notably effective element of the construction of 'Otherness'. As a result, both similarities and differences of a community can be identified. If the commonalities are in the foreground of the dialogue with the 'Other', the 'Other' is seen as an in-group member (Metzeltin and Wallmann: 2010: 41). However, if the differences are emphasised, the 'Other' is regarded as an out-group member and thus excluded from the local community (Metzeltin and Wallmann: 2010: 41). In particular, a dominance of specific misinformation and uniformly negative media coverage with negative stereotyping of out-group members, as well as hate speech directed at them, can lead to social segregation or even to the marginalisation of out-group members. News media also possesses the ability not only to marginalise out-group members as the cultural 'Other' but also position them as a stigmatised out-group or even an inferior group under such labels as 'social problems' or 'cultural threat'. Constructions of the 'Other' emerge and strengthen when a community sees its collective identity as being under threat, which in turn leads to the exclusion of out-group members from the local community. Rather than simply focusing on cultural differences and difficulties, news media should have a tendency towards a journalism that perceives cultural diversity not as a barrier or burden but as social enrichment, by avoiding divisive terms such as 'Us' and 'Them', negative portrayals, and cultural stereotyping of out-group members — as this could have a negative influence on the public opinion towards those individuals.

Conclusion

This article suggests that news media plays a central role in the perception of out-group members by in-group members of a society and thus should face repercussions for shaping cultural boundaries designed for them. This matter of fact depends exceedingly on how an event is framed by news media. When issues faced by out-group members are subjected to treatment in news media, the tendency is towards identity construction and concurrently the constructions of 'Others' by defining ourselves. Undeniably, news media frequently portrays out-group members as the 'Other' by representing them in stereotypical news visualisations, even though journalistic representations are capable of repositioning out-group members inside the imagined collective community through empathy and a deep understanding of other cultural minorities so as to perceive them not solely as objects of media discourse but as active subjects similar to in-group members.

Despite the contribution of theoretical findings, several limitations and capabilities inherent in the concept of 'Othering' have to be taken into consideration in future research. This study shows that cultural boundaries facing out-group members are not constructed as a result of a straightforward process by in-group members. Social structures shape

relationships between the out-group members and the in-group members of a certain community, which defines the cultural environment. In this context, the author proposes these questions to be taken into consideration by other researchers striving to expand upon possibilities towards strengthening the allegiance of out-group members with in-group members, and imparting confidence upon all group members in a society of multiple cultural identities. Further research in this field is required to outline this circumstance. Taking these theoretical findings as a basis for future research, scholars with an interest in communication studies can also examine whether media discourse on cultural ‘Otherness’ is also transferred upon new media, particularly social media, since in the current age of digital communication the use of social networking sites to share information and express opinions has soared in recent years. Consequently, social media users are the new gatekeepers conducive to constructing boundaries towards the out-group owing to the possibility of writing their side of the story and sharing contradictory information across social networks.

References

Allen, W., Blinder, S., and McNeil, R. (2017). “Media reporting of migrants and migration. World migration report”. International Organization for Migration. Retrieved from: https://publications.iom.int/system/files/pdf/wmr_2018_en_chapter8.pdf (21. 10. 2020).

Allport, G. W. (1954). “The nature of prejudice”. Cambridge, MA: Addison Wesley Publishing.

Applegate, J. L., and Sypher, H. E. (1988). A constructivist theory of communication and culture. In: Y. Y. Kim, and W. B. Gudykunst (Eds.), “Theories in intercultural communication” (pp. 41-65). Newbury Park, CA: Sage Publications.

Berger, P. L., and Luckmann, T. (1991). “The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge”. London: Penguin Books.

Berry, M., Garcia-Blanco, I., and Moore, K. (2015). “Press coverage of the refugee and migrant crisis in the EU: A content analysis of five European countries”. Project Report, United Nations High Commissioner for Refugees, Geneva. Retrieved from: <https://www.unhcr.org/56bb369c9.pdf> (21. 10. 2020).

Blinder, S., and Allen, W. L. (2015). “Constructing immigrants: Portrayals of migrant groups in British National Newspapers, 2010 – 2012”. *International Migration Review*, 50(1), 3-40.

Bovitz, G., Druckman, J. N., and Lupia, A. (2002). “When can a news organization lead public opinion? – Ideology versus market forces in decisions to make news”. *Public choice*, 113(1–2), 127-155.

Castells, M. (1997). "The information age: Economy, society, and culture. The power of identity". Oxford: Blackwell.

Collier, M. J. (2002). "Intercultural alliances: Critical transformation". Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Cooley, C. H. (1902). "Human nature and the social order". New York, NY: Scribner.

De Fleur, M. L., and Ball-Rokeach, S. (1975). "Theories of mass communication". New York, NY: David McKay Company.

Derrida, J. (1967). "La voix et le phénomène". [Speech and phenomena]. Paris: Presses Universitaires de France.

Donald, J. (1988). "How English is it? Popular literature and national culture". New Formations, 6. London: Routledge.

Entman, R. M. (1993). "Framing: toward clarification of a fractured paradigm". *Journal of Communication*, 43, 51-58.

European Commission (2007). "Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions on a European agenda for culture in a globalizing world". Retrieved from: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0242:FIN:EN:PDF> (21. 10. 2020).

Erikson, E. H. (1968). "Identity, young and crisis". New York, NY: W.W. Norton & Company.

Erikson, E. H. (1959). "Identity and life cycle". New York, NY: International Universities Press.

Fabian, J. (1986). "Language and colonial power". Berkeley, CA: University of California Press.

Fine, M. (1994). "Working the hyphens: Reinventing Self and Other in qualitative research". In: N. K. Denzin, and Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative Research* (pp. 70-82). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Freud, S. (1955). "Group psychology and the analysis of the Ego". In: S. Freud, J. Strachey, A. Freud, A. Strachey, and A. Tyson (Eds.), *The standard edition of the complete psychological works of Sigmund Freud Volume XVIII (1920 – 1922): Beyond the pleasure principle, group psychology and other works* (pp. 65-144). London: The Hogarth Press.

Galtung, J. (2006). "Peace journalism as an ethical challenge". *Global Media Journal: Mediterranean Edition*, 1(2), 1-5.

Gamson, W. A., and Modigliani, A. (1989). "Media discourse and public opinion on nuclear power: A constructionist approach". *American Journal of Sociology*, 95(1), 1-37.

Gecas, V. (1982). "The self-concept". *Annual Review of Sociology*, 8, 1-33.

- Goffman, E. (1974). "Frame analysis". New York, NY: Harper and Row.
- Goffman, E. (1963). "Stigma: Notes on the management of spoiled identity". Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Goffman, E. (1959). "The presentation of self in everyday life". New York, NY: Anchor Books.
- Gunther, A. C., and Christen, C. T. (1999). "Effects of news slant and base rate information on perceived public opinion". *Journalism & Mass Communication*, 76(2), 277-292.
- Habermas, J. (1998). "Die postnationale Konstellation und die Zukunft der Demokratie". [The postcolonial constellations and the future of democracy]. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Habermas, J. (1962). "Strukturwandel der Öffentlichkeit". [The structural transformation of the public sphere]. Neuwied: Hermann Luchterhand Verlag.
- Hall, S. (1992). "The question of cultural identity". In: S. Hall, D. Held, and T. McGrew (Eds.), *Modernity and its futures* (pp. 273-326). Oxford: Polity Press.
- Happer, C., and Philo, G. (2013). "The role of the media in the construction of public belief and social change". *Journal of Social and Political Psychology*, 1(1), 321-336.
- Harrison, J. (2011). "Gatekeeping and news selection as symbolic mediation". In: S. Allan (Ed.), *The Routledge companion to news and journalism* (pp. 191-201). London: Routledge.
- Harrison, J. (2006). "News". London: Routledge.
- Jacobson-Widding, A. (1983). "Identity: Personal and socio-cultural – A symposium". Atlantic Highlands, NJ: Humanities Press.
- Jäger, S. (2007). "In der Falle der Synthetisierung von Diskursanalyse und soziologischer Feldtheorie". [In the case of synthesis of discourse analysis and sociological field theory]. *Forum Qualitative Sozialforschung*, 8(2). Retrieved from: <http://www.qualitative-research.net/index.php/fqs/article/view/260/571> (21. 10. 2020).
- Katz, E., and Lazarsfeld, P. F. (2009). "Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications". New Brunswick, NJ: Transaction Publishers.
- Kepplinger, H. M. (2012). "Effects of the news media on public opinion". In: W. Donsbach, and M. W. Traugott (Eds.), *The SAGE handbook of public opinion research*, (pp. 192-204). London: Sage Publications.
- Kim, Y. Y. (1988). "On theories in intercultural communication". In: Y. Y. Kim, and W. B. Gudykunst (Eds.), *Theories in intercultural communication*, (pp. 11-21). Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Kristeva, J. (1991). "Strangers to Ourselves". New York, NY: Harvester Wheatsheaf.

Laclau, E., and Mouffe, C. (1985). "Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics". London: Verso.

Landwehr, A., and Stockhorst, S. (2004). "Einführung in die Europäische Kulturgeschichte". [Introduction to the European cultural history]. Paderborn: Verlag Ferdinand Schöningh.

Lévi-Strauss, C. (1961). "Race and history". Paris: Unesco.

Lippmann, W. (1922). "Public opinion". London: Allen and Unwin.

Maletzke, G. (1963). "Psychologie der Massenkommunikation: Theorie und Systematik". [Psychology of mass communication: Theory and systematics]. Hamburg: Hans-Bredow-Institut.

Manz, W. (1968). "Das Stereotyp: Zur Operationalisierung eines sozialwissenschaftlichen Begriffs". [The stereotype: Operationalizing a concept in the Social Sciences]. Meisenheim: Hain.

McCombs, M. E. (1981). "The agenda-setting approach". In: D. Nimmo, and K. Sanders (Eds.), *Handbook of political communication* (pp. 121-140). Beverly Hills, CA: Sage Publications.

McLuhan, M. (1964). "Understanding media, the extensions of man". New York, NY: McGraw-Hill.

McQuail, D. (1994). "Mass communication theory: An introduction". London: Sage Publications.

Mead, G. H. (1934). "Mind, self, and society from the standpoint of a social behaviorist". Chicago, IL: The University of Chicago Press.

Oakes, P. J., Haslam, A. S., and Turner, J. C. (1994). "Stereotyping and social reality". Oxford: Blackwell.

Onkvisit, S., and Shaw, J. (1987). "Self-concept and image congruence: Some research and managerial implications". *Journal of Consumer Marketing*, 4(1), 13-23.

Philo, G. (2008). "Active audiences and the construction of public knowledge". *Journalism Studies*, 9(4), 535-544.

Quasthoff, U. M. (1978). "The uses of stereotype in everyday argument: Theoretical and empirical aspects". *Journal of Pragmatics*, 2, 1-48.

Rosenberg, M. (1979). "Conceiving the Self". New York, NY: Basic Books.

Rössler, P. (2012). "Agenda-Setting, framing and priming". In: W. Donsbach, and M. W. Traugott (Eds.), *The SAGE handbook of public opinion research* (pp. 205-218). London: Sage Publications.

Said, E. (1979). "Orientalism". New York, NY: Vintage Books Edition.

Samovar, L. A., Porter, R. E., and McDaniel, E. R. (2007). "Communication between cultures". Belmont, CA: Thomson.

Schäfers, B. (2003). "Grundbegriffe der Soziologie". [Basic concepts of Sociology]. Opladen: Leske + Budrich Verlag.

Shannon, C. E. (1948). "A mathematical model of communication". The Bell System Technical Journal, 27(3), 379-423.

Shoemaker, P. J., and Reese, S. D. (1991). "Mediating the message: Theories of influences on mass media content". London: Longman.

Straub, J. (1998). "Personale und kollektive Identitäten: Zur Analyse eines theoretischen Begriffs". [Personal and collective identity: A conceptual analysis]. In: A. Assmann, and H. Friese (Eds.), Identitäten. [Identities] (pp. 73-104). Frankfurt am Main: Suhrkamp Verlag.

Sumner, W. G. (1906) Folkways: "The sociological importance of usages, manners, customs, mores, and morals". New York, NY: Ginn & Co.

Ting-Toomey, S. (2005). "Identity negotiation theory: Crossing cultural boundaries". In: W. B. Gudykunst (Ed.), Theorizing about intercultural communication (pp. 211-233). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Vedder, P., and Van Geel, M. (2017). "Cultural identity development as a developmental resource". In: N. J. Cabrera, and B. Leyendecker (Eds.), Handbook on positive development of minority children and youth (pp. 123-137). New York, NY: Springer.

Vignoles, V., Schwartz, S., and Luyckx, K. (2011). "Introduction: Toward an integrative view of identity". In: S. Schwartz, K. Luyckx, and V. Vignoles (Eds.), Handbook of identity theory and research (pp. 1-27). New York, NY: Springer.

Vorauer, J., Main, K., and O'Connell, G. (1998). "How do individuals expect to be viewed by members of lower status groups? Content and Implications of meta-stereotypes". Journal of Personality and Social Psychology, 75(4), 917-937.

Weimann, G. (1991). "The influentials: Back to the concept of opinion leaders?" Public Opinion, 55(2), 267-279.

Wendt, A. (1992). "Anarchy is what states make of it: The social construction of power politics". International Organization, 46(2), 391-425.

Williams, R. (1966). "Culture and society: 1780 – 1950". Harmondsworth: Penguin Books.

Yep, G. A. (2001). "My three cultures: Navigating the multicultural identity landscape". In: J. Martin, T. Nakayama, and L. A. Flores (Eds.), Readings in intercultural communication (pp. 79–84). New York, NY: McGraw Hill.

Dil, Söylem ve Kimlik Perspektifinden Yemen Krizinin Okunması

Reading the Yemen Crisis from the Perspective of Language, Discourse and Identity

Yusuf Devran, Prof. Dr., Marmara Üniversitesi İletişim Fakültesi, E-Posta: yusufdevran@gmail.com

Abubakr Aloowa, Doktora Öğrencisi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, E-Posta: pr.abubakr@gmail.com

Anahtar Kelimeler:

Yemen Krizi,
Söylem ve Kimlik,
Toplumsal Ayrışma.

Öz

Yemen üst kimliği ile bir araya gelerek tek çatı altında birleşen Yemenliler mezhepsel ve bölgesel alt kimliklerini öne çıkararak ayrışma sürecine girmişlerdir. Bu nedenle son beş yıldır yaşanan iç çatışmalar nedeniyle iki yüz elli bin kişi yaşamını yitirmiş ve ülkenin yüzde sekseni temel yaşamsal ihtiyaçlara muhtaç hale gelmiştir. Ulusal ve uluslararası girişimler sorunun çözümü için bugüne kadar müspet bir sonuç sağlayamamıştır.

Bu çalışmada ayrışmanın ve çatışmaların özünde yatan nedenlerin söylemlere nasıl yansıtıldığı ele alınmaktadır. Bu amaçla Ensarullah'ı (Husiler)*** destekleyen Al Mesire TV kanalının, El Hadi yanlısı Al Sevra gazetesinin ve Güney Geçiş Konseyi taraftarı Aden 24 gazetesinin internet haber portallarında 1 Temmuz- 31 Aralık 2019 tarihleri arasında yer alan haberlerin söylemleri cümle ve sözcük düzeyinde analiz edilmiştir. Söylemlerde özellikle 'biz' ve 'öteki'nin nasıl konumlandırıldığı ve betimlendiği üzerinde durularak bu ayrışmanın ulaştığı boyut tespit edilmeye çalışılmıştır.

Haberlerde kullanılan söylemler El Hadi'nin, ulusal kimlikle Yemeni bir çatı altında birleştirmeye çaba harcadığını, diğer grupların ise bu üst kimliğe daha alt kimlikleri öncedeğini ortaya koymuştur.

Bu makalenin özellikle Yemen sorununu anlamaya ve çözümüne katkı sunmaya çalışanlara ülkedeki ayrışmanın ve parçalanmanın nedenleri, boyutları hakkında bilgi verebileceği değerlendirilmektedir. Ayrıca çözümün nasıl bir zeminde ve hangi çerçevede sağlanabileceğine dair önemli ipuçları sağlayabileceği umulmaktadır.

Keywords:

Yemeni Crisis,
Discourse and Identity,
National Segregation.

Abstract

Yemenis, who came together with the Yemen superior identity under a single roof, entered the separation process by highlighting their sectarian and regional sub-identities. For this reason, due to the internal conflicts in the last five years, two hundred fifty thousand people have lost their lives and eighty percent of the country has become in need of basic vital needs. Unfortunately, national and international initiatives have not been able to provide a positive result for the solution of the problem until today.

This study examines how the main causes of separation and conflicts are reflected in discourses of the Yemen media. For this purpose, the discourses of the news published between July 1 and December 31, 2019 on the internet news portals of Al Mesire TV channel, pro-Hadi Al Sevra newspaper and Southern Transition Council supporter Aden 24 newspaper were analyzed at the sentence and word level. In the discourses, the dimension reached by this separation has been tried to be determined by focusing especially on how 'us' and 'the other' are positioned and described.

The discourses used in the news revealed that El Hadi made efforts to unite the Yemenis with a national identity under one roof, while other groups prioritize the lower ones.

It is evaluated that this article can give information about the reasons and dimensions of the segregation and fragmentation in the country, especially to those who try to understand the Yemen problem and contribute to its solution. It is also hoped that it can give important clues as to what ground and in what framework the solution can be provided.

Araştırmacı Orcid ID : <https://orcid.org/0000-0001-6430-1943>

Geliş Tarihi : 29.07.2020

Kabul Tarihi : 19.10.2020

Giriş

Yemen’de yaşanan krizi Yemen milletinin parçalanma ve ayrışma süreci olarak değerlendirmek mümkündür. Çünkü uzun tarihsel sürecin ardından tek bir çatı altında birleşen Yemenliler yeniden farklı mezhepsel, bölgesel veya siyasi argümanlarla ayrıştırılmaya çalışılmaktadır. Halen devam eden iç savaş bu mücadelenin sonucunda gelinen en son aşamadır.

Aşiret bağları, ideoloji ve mezheplerle iç içe geçmiş istikrarsız bir siyasi yapıya sahip Yemen’de, 33 yıl iktidarda kalan Devlet Başkanı Ali Abdullah Salih’e karşı 2011 yılında geniş çaplı protestolar ortaya çıkmıştır. 21 Şubat 2012 tarihinde yapılan seçimlerde tek başına seçime giren Abdurabbu Mansur El Hadi, Cumhurbaşkanı seçilmiştir. Bu süreç de ülkede devam eden iç karışıklıkları dindirememiştir. Nitekim 2015 yılında ise Birleşmiş Milletler’in desteklediği Devlet Başkanı El Hadi’ye bağlı güçler ile Ensarullah (Husi) güçleri arasında başlayan çatışmalar giderek artmıştır.

Savaş daha ziyade ülkenin Kuzey bölgelerinde yaşayan ve İran tarafından desteklenen Ensarullah güçleri ile Cumhurbaşkanı El Hadi’ye bağlı Yemen ordusu, polisi ve Popüler Direniş Komiteleri arasında yaşanmaktadır. Diğer yandan Yemen hükümetinin savaştığı ve ortadan kaldırmaya çalıştığı ikinci güç El Kaide’dir. El Kaide özellikle çok aktif olduğu Abyan gibi güney Yemen şehirlerinde, hükümet güçlerine karşı zaman zaman silahlı operasyonlar yürütmüştür. Buna göre, Yemen hükümetiyle mücadele eden üçüncü oluşum ise güneydeki Güney Geçiş Konseyi’dir. (Wiḥdat Tahlil Alsiyasat fi El-markez El-Arabi, 2012: 8). Ülkenin güney bölgelerinde etkin olan Güney Geçiş Konseyi 1990 öncesinde olduğu gibi, ayrı bir devlet kurmak için çaba göstermektedir.

Birleşmiş Milletler Kalkınma Programı tarafından yayınlanan rapora göre, Yemen savaşı ülkede insani gelişmede yirmi yıl düşüşe neden olmuştur. Yaklaşık 250 bin kişi şiddet, gıda kıtlığı, sağlık ve altyapı eksikliği nedeniyle hayatını kaybetmiştir (Moyer et al., 2019: 6). Aynı zamanda Dünya Sağlık Örgütü’ne göre, Mart 2015 yılında Yemen’deki Suudi Arabistan liderliğindeki koalisyonun müdahalesinden bu yana 60 binden fazla kişi de yaralanmıştır (El Cezire, 2019). Diğer yandan, Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu’na (UNICEF) göre, Yemen nüfusunun % 80’i, yaklaşık 24 milyon kişi, gıda yardımına veya korunmasına ihtiyaç duymaktadır. Bunlardan 14,3 milyonu acil insani yardıma muhtaçtır. Örgüt ayrıca savaş nedeniyle evlerini terk eden ve Yemen’deki diğer bölgelere giden kişilerinin sayısının 3,3 milyona ulaştığını belirtmektedir (Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu, 2019: 2).

Yemen sorunu bölge ülkeleri için de son derece önemlidir. Suudi Arabistan’ın denizlere açılabilmesi için Yemen önemli bir stratejik konuma sahiptir ve özellikle İran’ın bölgede güç elde etmesini istememektedir. Çünkü İran’ın Yemen’deki varlığı, mezhep çatışmalarını Suudi Arabistan’a taşıyabilir, siyasi rejim ve iktidar açısından ciddi sorunlara yol açabilir. Bu nedenle Suudi Arabistan Ensarullah’a karşı mücadele etmek ve El Hadi’nin iktidarını korumak amacıyla Birleşik Arap Emirlikleri, ABD, İngiltere ve Fransa’nın da içinde olduğu uluslararası bir savaş koalisyonu oluşturarak Yemen’deki muhaliflerin etkili olduğu bölgeleri bombalamaktadır. Bu savaşta Kuveyt, Bahreyn, Katar, Fas, Sudan, Ürdün ve Mısır gibi ülkeler de Suudi Arabistan’a destek vermektedir.

Suudi Arabistan ayrıca Eritre ve Somali'den getirdiği paralı askerlerle sahada mevcut iktidar güçlerine yardım etmektedir. Bu arada Ensarullah dış dünyadan aldığı yeni savaş teknolojisi ile Suudi Arabistan'a da zaman zaman saldırılarda bulunmaktadır. Özellikle petrol rafinerilerini dronlarla bombalaması ciddi ekonomik kayıplara yol açmıştır.

Bu çalışmada Yemen'de yaşanan iç çatışmalara dair haberler ele alınarak tarafların niçin ayrıştığı, birbirlerini nasıl konumlandığı ve kendileri için nasıl bir kimlik oluşturmaya çalıştığı ortaya konulmaktadır. Bu kimliksel ayrışmalar çatışmaların daha da derinleşmesine neden olabileceği gibi ülkenin istikrara kavuşabilmesinin önünde de büyük engeli teşkil edebilir.

Çalışmada bölgedeki tarafların, onları destekleyen veya karşı olan medyanın kullandıkları söylemler üzerinde durulmaktadır. Dil, söylem ve kimlik arasındaki ilintilerin ortaya çıkarılması problemin özünü oluşturan faktörlerin, tarafların niyetlerinin ve amaçlarının neler olduğunun tespit edilebilmesi açısından fevkalade bir öneme sahiptir.

Çalışmanın temel varsayımları şunlardır: 1) Ulusal hükümet ve destekçileri Yemen üst kimliğini vurgulayan söylemleri tercih ederek ülkeyi bir çatı altında tutmaya ve parçalanmayı önlemeye çalışmaktadır. 2) Devletten ayrılmayı isteyen taraflar ise söylemleriyle farklılıklarını vurgulayarak alt kimliklerini öne çıkarmaktadır.

Bu çerçevede çalışmada şu sorulara cevap aranacaktır:

- Yemenin sosyo-politik yapısı nasıldır? Bu anlamda ne gibi farklılıklar mevcuttur?.
- Yemen'de savaşan tarafların din, mezhep, dil ve etnik bakımdan farklılıkları nelerdir?.
- Cumhurbaşkanı El Hadi ve onu destekleyenlerin söylemleri nedir? Milli bir Yemen kimliği vurgusu söz konusu mudur?.
- Ensarullah'ın ve onu destekleyenlerin söylemleri ve sundukları argümanlar nelerdir?
- Diğer ayrılıkçı grupların gerekçeleri nelerdir?.
- “Biz” ve “öteki” nasıl tasvir edilmekte ve bu anlamda kullanılan sıfatlar nelerdir?.
- Tarafların kullandığı söylemler ülkedeki birliği mi, ayrışmayı mı besleyebilecek niteliktedir?.

Bu ve benzeri soruların cevabının arandığı çalışmada Ensarullah'ı destekleyen *Al Mesire*, El Hadi yanlısı *Al Sevra* ve Güney Geçiş Konseyi taraftarı *Aden 24* internet haber portallarında 1 Temmuz - 31 Aralık 2019 tarihleri arasında yer alan haberlerin söylemleri analiz edilmektedir. Bu medya araçlarından altı ay boyunca toplanan haber sayısı 1.474'e ulaşmıştır. Şöyle ki; *Al Mesire*'den 521, *Al Sevra*'dan 810 ve *Aden 24*'den 143 haber. Bu haberlerden amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak *Al Mesire*'den 19, *Al Sevra*'dan 18 ve *Aden 24*'den 8 olmak üzere toplam 45 haber seçilmiştir.

Bu tarihlerin tercih edilmesinde Güney Geçiş Konseyi'nin yeni bir taraf olarak ortaya çıkması ve kamuoyunda sürekli gündeme gelmesi belirleyici olmuştur. Çalışmada her bir haberin söylemi konuya ilişkin sözcük, kavram, cümle ve cümle yapıları çerçevesinde mikro düzeyde çözümlenmiştir.

Çalışmanın ilk kısmında Yemen'in tarihsel geçmişine ve olayların bu noktaya gelişine dair bilgi yer almaktadır. Ardından kimlik, söylem ve toplumsal ayrışma konusunda literatüre kısaca değinilecektir. Makalenin üçüncü bölümünde ise araştırma örnekleminde yer alan haberlerin söylemleri değerlendirilmekte ve çalışmanın başında dile getirilen sorulara cevap aranmaktadır. Elde edilen bulgular, sorunun altında yatan ve söylemlere yansıyan gerekçelerin anlaşılmasına ve tarafların yaklaşımlarının Yemen'in tekrar tek çatı altında bir araya gelip gelemeyeceğine olası etkisine dair bir takım ipuçları verecektir.

Yemen'in Coğrafi, Sosyo-Politik Yapısı ve Krizin Ortaya Çıkış Süreci

Yemen sosyolojisi, coğrafi konumu ve tarihsel geçmişi itibariyle ayrı bir öneme sahip bir ülkedir. Arap Yarımadası'nın güneyinde, Asya Kıtasının güneybatısında yer alan Yemen'in kuzeyinde Suudi Arabistan, güneyinde Aden Körfezi, doğusunda Umman ve batısında Kızıldeniz bulunmaktadır. Aden Körfezi boyunca Hint Okyanusu ile Kızıldeniz'i bağlayan Babülmendep Boğazı üzerindeki Yemen hakimiyeti, komşularına göre daha imtiyazlı bir coğrafi konuma sahiptir. Bunun yanı sıra Babülmendep Boğazı, Doğu ve Batı arasındaki uluslararası ticaret yollarını kontrol eden en önemli su yollarından biri olarak kabul edilmektedir. Başkenti San'a olup, 22 ilden meydana gelen Yemen Cumhuriyeti 555.000 km² lik bir alana ve 27 milyon 478 bin nüfusa sahiptir (United Nations Statistics Division, 2016).

Yemen'de farklı etnik gruplar yaşamaktadır. Osmanlı Devleti döneminde gelen Türkler, Habeşliler ve Perslerin yanı sıra, Güney Yemen'de İngiliz sömürgeciliği zamanında ortaya çıkan Hintliler gibi değişik topluluklar bulunmaktadır. Günümüzde sayıları yüzlerce olduğu tahmin edilen Yahudi azınlıklar da mevcuttur. Ancak birçoğunun Filistin'e göç etmesiyle sayıları azalmıştır. Yemen'deki Hıristiyanlarla alakalı kesin bir istatistik olmamakla birlikte Aden şehrinde yaklaşık 4000 bin Hristiyan'ın yaşadığı tahmin edilmektedir (Komisyon, 2008: 25-62).

Öte yandan, Yemen'de çeşitli İslami fırkalar bulunmaktadır. Şafii ve Zeydî mezhepleri Yemen'de bulunan iki ana mezheptir. Yemenlilerin çoğu Şafii mezhebini takip ederken, Zeydî mezhebine tabi olanların oranı % 35-40 civarındadır (Boucek, 2010: 10). Bütün Yemen halkının dili Arapça olup devletin resmi dini ise İslam'dır. Tüm bu çeşitliliklere rağmen Yemen halkı ırk, mezhep ve fırka ayrımcılığına maruz kalmamıştır. Zeydi, Selefî ve Sufî mezheplerinin mensupları barış içinde yaşamıştır. Hatta tümü aynı camide namaz kılmakta ve birbirlerine kız alıp vermektedirler. Böylece kendi aralarında ciddi sosyal bağlar ve ilişkiler gelişmiştir.

Yemen birliğini ilan etmeden önce Kuzey ve Güney Yemen'in siyasi sistemi, siyasi sınırları ve farklı ekonomik yapıları vardı. Bunun yanı sıra, iki ülkenin siyasi otoritesi;

ideolojik, entelektüel eğilimler ve siyasi özellikleriyle birbirinden ayrılmaktadır. Bu faktörler, iki ülke arasında farklı dönemlerde çatışmalara neden olmuştur (Alowaa, 2019: 21). 1972 yılında Yemen Arap Cumhuriyeti ile Yemen Demokratik Halk Cumhuriyeti arasında imzalanan Kahire Antlaşması'nın birinci maddesi, Yemen Cumhuriyeti adı altında tek bir devletin kurulması ve başkentinin San'a olarak tayin edilmesi şartını getirmiştir. 22 Mayıs 1990'da Cumhurbaşkanı Ali Abdullah Salih ve Cumhurbaşkanı Ali Salim El-Bayd, Yemen Birliği Anlaşması'nı imzalamıştır. Ardından, Ali Abdullah Salih başkanlığında beş kişiden oluşan bir başkanlık konseyi kurulmuştur. Ali Salim El-Bayd da başkan yardımcısı olarak seçilmiştir. Daha sonra birleşik devleti yönetmek için gerekli yapılar oluşturulmuş ve 1991 yılında ise tek devlet anayasası için referandum yapılmıştır.

1993 yılındaki parlamento seçimlerinin bir sonucu olarak, Genel Halk Kongresi, Yemen Islah Partisi (al-Tajammu' al-yamanî lil-islâh) ve Sosyalist Parti'den oluşan üçlü bir hükümet koalisyonu kurulmuştur. Ancak bu koalisyon, Cumhurbaşkanı yardımcısı Ali Salim El-Bayd'in ayrılığı ilan etme girişiminin bir sonucu olarak uzun sürmemiştir. Mayıs 1994, Kuzeyli Devlet Başkanı Salih, ülkede olağanüstü hal ilan etmiş ve Güneyli Devlet Başkanı Yardımcısı Ali Salim Bayd ile diğer Güneyli hükümet üyelerini görevden almıştır. Bayd, 21 Mayıs'ta Yemen Demokratik Cumhuriyeti adı altında Güney Yemen'in bağımsızlığını resmen ilan etmiştir. Salih, gayri meşru olarak nitelendirdiği bu kararı tanımadığını duyurmuştur. Bütünleşme sürecini tamamlayamamış Kuzey ve Güney Yemen orduları da eski sınırlara çekilmiştir. Temmuz 1994 tarihinde Kuzey Yemen ordusu Aden'i kontrol altına alınca iç savaş sona ermiştir.

1994 savaşıdan sonra, Genel Halk Kongresi ve Yemen Islah Partisi (al-Tajammu' al-yamanî lil-islâh) arasında bir koalisyon hükümeti kurulmuşlardır. 1997 yılında, Genel Halk Kongresi'nin çoğunluğu kazandığı ve tek başına hükümet kurmasını sağlayan ikinci parlamento seçimleri yapılmıştır. 1999 yılında Yemen'de ilk doğrudan başkanlık seçimleri yapılmıştır. Ali Abdullah Salih ve Najeeb Qahtan al-Şaabi'nin yarıştığı seçimi Ali Abdullah Salih kazanarak yedi yıllık bir dönem için başkan seçilmiştir. Salih, 2006 yılında yapılan cumhurbaşkanlığı seçimlerini de kazanmıştır.

2003 yılında ise Yemen üçüncü yasama seçimlerine tanık olmuştur. Bu seçimlerden sonra Yemen, Ensarullah ile Yemen kuvvetleri arasında 2004-2010 yılları arasında üst üste altı savaşın yapıldığı bir iç savaşa tanık olmuştur. Ensarullah Hareketinin kökeni, 1986 yılında Salah Ahmed Felite'nin kurduğu "Zeydî Gençlik Birliği" ne dayanmaktadır. Ensarullah Hareketinin kökeni, 1986 yılında Salah Ahmed Felite'nin kurduğu "Zeydî Gençlik Birliği" ne dayanmaktadır. Hareketin kurucuları, hareketin kuruluş nedeninin devletin dini özgürlük ve inançlara getirdiği kısıtlamalar ve devletin Zeydi aydınları hor görmesi olduğunu açıklamıştır (El-Cezire, 2014). Genel olarak, hareket, Yemen'deki Zeydi mezhebinin büyük alimlerinden Bedreddin el-Husi'ye nispet edilmiştir (El-Cezire, 2014). 2004 yılında Yemen Hükümeti ile yaşanan ilk savaş esnasında, 1993 ve 1997 seçimlerinde Zeydi El-Hak Partisi milletvekili olarak, Yemen Parlamentosunda yer alan Hüseyin Bedreddin Husi, hareketin liderliğini üstlenmiştir. Ancak aynı yıl içerisinde hükümetle savaşırken öldürülmüştür. Daha sonra hareketin başına babası Bedreddin el-Husi geçmiş ve ardından da Abdülmelik Bedreddin el-Husi geçmiştir. 2004 yılında meydana gelen birinci savaştan bu yana Yemen Hükümeti, Ensarullah Hareketini ülkeyi

istikrarsızlaştırmak için İran'dan silah ve mali destek almakla suçlamıştır (El-Cezire, 2014). Ensarullah hareketi 2002 yılında resmi olarak; “Allah ü Ekber (Allah en büyüktür), Amerika'ya Ölüm, İsrail'e Ölüm, Yahudilere Lanet, İslam'a Zafer!” sloganlarını kabul etmiştir. 2010 yılında, Ensarullah Hareketi, medyasında yaptığı resmi açıklamaya göre, kendine resmen “Husi” yerine “Ensarullah” adını vermiştir.

Arap Baharının başlamasından sonra, 2011 yılı başlarında gençler, Ali Abdullah Salih'in rejimini değiştirmek hedefiyle protesto yapmak için sokaklara dökülmüştür. Protestolara, Ensarullah dahil olmak üzere Ali Abdullah Salih rejimine muhalefet eden tüm siyasi partiler ve siyasi güçler katılmıştır. Göstericiler, diğer Arap ülkelerinde olduğu gibi “Halk Rejimi Devirmek İstiyor” sloganının yanı sıra, siyasi ve ekonomik reformlara davet eden sloganlar atmıştır.

Kasım 2011'de Körfez Girişimi olarak adlandırılan Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi tarafından sunulan çözüm metnini Yemen Cumhurbaşkanı Ali Abdullah Salih kabul edip imzalamıştır. Bu metnin en önemli maddeleri şunlardır: 1- Cumhurbaşkanı Ali Abdullah Salih'in yetkilerini yardımcısı olan Abdurabbu Mansur el-Hadi'ye devredecektir. 2- El Hadi, Şubat 2012'de iki yıllık bir geçiş dönemi için başkan olacaktır. Metin, tüm siyasi partilerin, grupların, gençlerin ve kadınların bir araya getirilmesini, on ay içerisinde kapsamlı bir Ulusal Diyalog Konferansı düzenlenmesini içermiştir (Washington Yemen Cumhuriyeti Büyükelçiliği, 2017: 2). Kapsamlı Ulusal Diyalog Konferansı, 18 Mart 2013'te başlamış ve 25 Ocak 2014'te sona ermiştir. Konferans'tan, Tağyir Meydanı'ndaki göstericilerin taleplerinin çoğunu karşılayan olumlu sonuçlar çıkmıştır. Konferansın en önemli sonuçları şunlardır: Yemen'i altı bölgeden oluşan federal devlete dönüştürmek, ülke için yeni anayasa hazırlamak, parlamento ve başkanlık seçimlerini yapmak.

21 Eylül 2014 tarihinde Ensarullah ve diğer siyasi partiler, Cumhurbaşkanı El Hadi'nin huzurunda, Birleşmiş Milletler himayesinde Barış ve Ortaklık Anlaşması imzalamıştır. Anlaşma maddeleri; yetkili hükümet oluşturmak, Cumhurbaşkanı danışmanlar atamak ve protestolar başlarken Ensarullah'ın talep ettiği yakıt fiyatlarını düşürmek şeklindedir (France24, 2011). Ancak barış ve ortaklık anlaşması da Yemen'in siyasi gidişatında bir değişikliğe yol açmamıştır.

Ocak 2015'te Cumhurbaşkanı El Hadi ve Başbakan Halid Baha, Ensarullah'ın çalışmalarına müdahalesini protesto etmek için istifalarını sunmuş ve onlara belirli şartlar dayatmışlardır (Şinbari, 2016: 132-133). Bu adım Ensarullah'ın Şubat 2015'te “Anayasa Bildirisi” ilan etmesine neden olmuştur. Bildiri, anayasanın dondurulmasını, parlamentonun kapatılmasını ve onun yerine 551 üyeden oluşan bir ulusal konseyin kurulmasını içermiştir. Ayrıca Ensarullah, Cumhurbaşkanı El Hadi'nin ev hapsinde kalmasına karar vermiştir. Ancak, El Hadi, San'a şehri yerine geçici olarak Yemen'in başkenti ilan ettiği Aden şehrine kaçmayı başarmıştır. Bunun yanı sıra, El Hadi Cumhurbaşkanlığı istifasını geri çektiğini açıklamıştır. El Hadi, istifasını geri çektiğini açıkladıktan sonra Ensarullah Aden şehrini kontrol altına almak için harekete geçmiştir. Ancak Cumhurbaşkanı El Hadi, Aden'den Suudi Arabistan'a giderek, Körfez Arap Ülkeleri İşbirliği Konseyi'nden Ensarullah'ın Yemen toprakları üzerindeki kontrolünü engellemek için askeri müdahale talebinde bulunmuştur (Badi, 2015: 174). 26 Mart 2015 tarihinde, Ensarullah Hareketi'ne

yönelik San'a ve diğer şehirlere Suudi Arabistan öncülüğündeki on ülkeden oluşan koalisyon güçlerinin hava harekâtı, "Kararlılık Fırtınası" operasyonları, başlamıştır. Aynı tarihlerde Ensarullah ile Cumhurbaşkanı El Hadi'yi destekleyen güçler arasında ülkenin farklı bölgelerinde çatışmalar meydana gelmiştir.

Cumhurbaşkanı El Hadi ve hükümeti Suudi Arabistan'ın başkenti Riyad'da faaliyet gösterirken, Aden'de bazı bakanlıkların ofisleri faaliyet gösteriyordu. Bununla birlikte, Ensarullah San'a şehrinde, Genel Halk Kongresi Partisi Başkanı Ali Abdullah Salih ile ortak bir ulusal kurtarma hükümeti kurmuştur. Cumhurbaşkanı El Hadi hükümetinin gerçekleştirdiği başarılarla rağmen, Yemen'in geçici başkenti Aden'de kendisini "Güney Geçiş Konseyi" diye adlandıran başka bir hizip ortaya çıkmıştır. Bu grubun da Cumhurbaşkanı El Hadi ve hükümetinin sahip olduğu silahlara ve kamplara benzer silahları ve kampları vardır.

Avrupa Birliği'ndeki "Güney Geçiş Konseyi" ofisinin web sitesine göre (2018); *"Güney Geçiş Konseyi, 4 Mayıs 2017'de Aidarus al-Zoubaidi başkanlığında kurulmuştur. Konsey, Güney Arap Halk Konseyi'ni (Güney Yemen) uluslararası ve bölgesel düzeylerde temsil etmiştir. Güney devletinin yeniden bağımsızlığını sağlama yolunda, çıkarlarını ve isteklerini gerçekleştirmek için çabalamaktadır. Zira bu devlet 21/05/1990 yılına kadar bağımsız bir devlet olup (Yemen Demokratik Halk Cumhuriyeti) olarak adlandırılmaktaydı."* "Güney Geçiş Konseyi" dış güçlerden aldığı destek sonucunda, Aden şehrinde Yemen Hükümeti güçlerine karşı askeri operasyonlar gerçekleştirmiş ve Ağustos 2019'da şehrin kontrolünü etkin bir şekilde ele almıştır. Oluşan bu durum, Konsey ve Suudi Arabistan'daki Yemen Hükümeti arasında bir diyaloga gidilmesine ve iki taraf arasında "Riyad Anlaşması" adı verilen anlaşmanın imzalanmasına neden olmuştur. Anlaşmada, Kuzey ve Güney arasında bir ulusal ortaklık hükümetin kurulmasını ve çalınmış silahların iadesini içeren maddeler vardır. Ancak bu makalenin yazıldığı tarihe kadar, Kasım 2019'da iki taraf arasında imzalan Riyad anlaşması hükümleri uygulanmamıştır. İki taraf arasındaki askeri çatışmalar ise hala devam etmektedir.

Kimlik, Söylem ve Toplumsal Ayrışma

Kimlik son derece kapsayıcı kuşatıcı bir kavramdır. Şentürk'ün vurguladığı gibi, kimlik tanımlaması, sadece varlığın görünüşünü, biçimini, fiziğini, bedenselliğini, nesnelliğini, niceliğini veya özünü, kimyasını, niteliğini, zihniyetini, ruhunu değil, bunların hepsini kuşatan ideal birlik ve bütünlüğünü ifade etmektedir. Kimlik, bir milletin ontolojik aidiyetini ve emniyetini, kendisiyle kurduğu mahremiyet ilişkisini, varlık ve oluş bütünlüğüne nispetini belirleyen ruh iklimi ve kendilik şuurunu ifade eder (Şentürk, 2018: 181).

Kimlik olgusu, sosyalleşme sürecinde karşılıklı ilişkilere bağlı olarak etkileşimler eşliğinde inşa edildiğinden sosyoloji, antropoloji ve psikolojiyi ilgilendiren çok disiplinli bir çalışma alanı olarak karşımıza çıkmaktadır (Kınacı, 2016: 11-12).

Kimlikler farklı türlere ayrılmaktadır: Bireysel, toplumsal, kültürel, dini, etnik, ulusal veya bölgesel kimlik gibi. Toplumsal kimliğin gelişimi sınıflandırma, özdeşleşme

ve kıyaslama olmak üzere üç aşamalı bir süreçte gerçekleşmektedir. Toplumsal sınıflandırma aşamasında bireyin çevresini tanımasını ve algılayabilmesini kolaylaştırmak için, kendisine verilen enformasyon doğrultusunda kadın, erkek, işçi, işveren, Müslüman, Hristiyan, Türk, Avrupalı gibi sosyal kategoriler yaratılıyor. Birey bu kategorilerle, toplumsal statüsünden kaynaklanan kimliğini öğrenmekte ve böylece diğerleri ile kendisi arasındaki farklılık ve benzerlikleri anlama imkanına kavuşmaktadır (Sakallı, 2010: 180).

Her bir birey gibi toplumların veya milletlerin de kimlikleri vardır ve bu kimlikler birden çoktur. Sözgelimi, Edgar Morin'in dediği gibi ,”... Kimliğin her zaman *unitas multiplex* (çoklu kimlik) olduğunu unutarak tek ve bölünmez olduğu yanılması düşünürüz. Aslında hepimizin biri aile kimliğimiz, biri yerel kimliğimiz, biri bölgesel kimliğimiz, biri ulusal kimliğimiz, biri ulus aşırı kimliğimiz (Slav, Cermen, Latin) ve yerine göre bağlı olduğumuz inanç ya da doktrinle belirlenen bir başka kimliğimiz olmak üzere birden çok kimliğimiz vardır. “ (Morin, 1995: 213).

Fransız devrimi sonrasında ulus-devletlerin ortaya çıkışı ile birlikte, ulusal sınırlar içinde yaşayan vatandaşların ulusal kimlikleri en önemli kimlik odağını oluşturmaya başlamıştır. Bu tarihe kadar önemini koruyan dini ve etnik kimlikler eski işlevini yitirmişlerdir. Bireylerin ortak bir ulusal kimlik altında toplanabilmesi için ortaklaşa bir toprağa, tarihi hafızaya, kültüre, lisana, yasal hak ve görevlere ve ortak bir ekonomiye ihtiyaçları vardır (Smith, 1999: 31-32).

Kimliğe dair öteden beri temelde iki yaklaşım söz konusudur, birincisi kimliğin verili, sabit ve aşkın olduğudur. Diğeri ise kimliğin inşa edilmiş olduğunu vurgulayan yaklaşımdır ki buna göre kimlik tarihsel süreç içerisinde sürekli değişim geçiren, yeniden üretilen ve “daima oluşum halinde” olan bir gerçekliktir (Gökalp, 2004: 64).

Kimlik, dil ve söylem arasında derin bir ilişki vardır. Dil belirli bir gramer yapısı olan bir iletişim aracıdır. Söylem ise, dilbiliminde dilin kullanım şekli veya dilsel eylemde bulunma biçimidir (Devran, 2010: 25). Başka bir anlatımla söylem bireyin dili kullanarak kendisini konumlandırma, anlamlandırma, sunabilme ve dahası kendi kimliğini inşa edebilme vasıtasıdır. Bireyler söylemleriyle kimliklerini inşa etmekte ve bu sayede birden çok kimliğe sahip olmaktadır. Dolayısıyla söylem teorisi aşkın özne konumu benimsememekte ve onun yerine söylem içerisinde ve anlamlandırma sürecinde kurulan öznelere vurgu yapmaktadır (Durna, Kubilay, 2010: 48). Çünkü konuşmalar bireylerin konuşucuların farklı kişi ve durumlara karşı farklı amaçlar doğrultusunda değişen özne konumlarına konuşlandırılabilmelerine olanak sağlayan devingen ortamı hazırlamaktadır. Böylelikle konuşucular anlık olarak kimliklerini inşa etmektedirler... Bu durumda kimlik toplumsal etkinliklerde bireyin olduğu değil yaptığıdır (Kökpınar, 2017: 251; Wetherell ve Edley 2014:357).

Durağan bir yapısı olmayan kimlik, bireyin hayatı boyunca devam eden bir süreci oluşturur. Toplumsal olarak kimlik edinimi, verili roller ve cinsiyetlerle yakından ilişkiliyken kimliğin inşası da kültürle bağlantılıdır. Bu bağlamda sosyal yönümüzü kapsayan değer yargılarımız, görünüşümüz kadar aidiyet duyduğumuz etnik yapımız, içinde bulunduğumuz sosyal gruplar ve toplumdaki statümüz kimliğimize etki eden önemli hususlardır (Boz, 2012: 31-32; Zobar, 2019:719).

Ernesto Laclau ve Chantal Mouffe'nin söylem kuramına göre toplumsal alandaki hiçbir kimlik önceden verili ve evrensel değildir. Bütün kimlikler, talepler ve bu taleplerin eşdeğerlilik zinciri ile bir kolektif kimliğe dönüşmesi yoluyla geçici bir hegemonik performansın unsuru olarak var olabilirler. Toplumsal alandaki tüm politik mücadeleler, talepler, kimlikler kendilerini söylem dolayımıyla var ederler ve bu varoluş biçimi, hiçbir toplumsal talebin mutlaklaşması toplumsal alandaki dil ve anlamlandırma sisteminin açık niteliğinden dolayı mümkün olmaz. Her türlü kimlik ve toplumsal talep, hegemonik performansını diğer kimlikler ve taleplerle kurduğu eşdeğerlilik zincirine borçludur (Durna, Kubilay, 2010: 57).

Hall'e göre ise kimlik, küresel ve yerel, materyal, tarihi ve kültürel söylemler ve koşullar ile deneyimler bağlamında sürekli olarak kurulan, sahip çıkılan, üstlenilen, bir yandan güven ve özdeşleşme hissini temin etmeye yönelik olarak sabitleme/konumlama istemi ile öte yandan farklı öğeler arasında süregelen müzakere sonucu ortaya çıkan gerilimin biçimlendirdiği aidiyet tasarımı olarak tanımlanabilir (Binark, 2001: 75).

Modern yaşamın akışkan bir döngüde olduğu göz önünde bulundurulduğunda bireylerin sürekli bir kimlik inşa ettiği söylenebilir. Sosyal ağlarda özellikle gençler ihtiyacı olduğunda ya da yansıtmak istedikleri kişi olmaya çabalarken kimliğini yeniden şekillendirmektedir. Bu durum kimliği sürekli giyilip çıkarılabilen bir kıyafete dönüştürürken kimlik kaygısının yerini ise "...aralıksız yeniden kimlik saptama kaygısını..." doldurmaktadır (Bauman, 2018: 21).

Bireyler söylemde bulunurken yaptıkları konumlandırma sadece kendi benlerini değil ötekileri de belirlemektedir. "Ben" olmak ancak "öteki" üzerinden belirlenebilir. Dolayısıyla ben konumlandırılırken ötekinin de ne olduğu veya olmadığı açığa çıkmaktadır (Kökçınar, 2017: 251). Kimlik hem ihata etmenin hem de dışlamanın bir ürünü olarak tezahür etmektedir. Dolayısıyla kimlik 'biz'e ihtiyaç duyduğu kadar 'öteki'ne muhtaçtır. 'Öteki'siz 'biz'i tahayyül etmek mümkün değildir ve bu anlamda öteki belirleyici olup kimliğin kurucu unsurlarından biridir. Bu perspektiften bakıldığında bireysel kimlik benzersiz birey olarak kendimiz hakkındaki kendi hissimizdir, kendimizi nasıl algıladığımızdır ve diğerlerinin bizi nasıl gördüğü hakkındaki düşüncemizdir" (Bradley, 1996: 24). Gerek ahlaki değerler, gerek inanç gerekse de kültürel, sosyal ve sınıfsal farklılıklar devreye girince "biz"ler dosta, bütün "ötekiler" de düşmana dönüşmekte; öteki'ni yok etmeye, öteki'ne egemen olmaya çabalayanlar insanlığın yıkımına yol açan savaşları meşru göstermeye çalışmaktadır. Bu savaş ne yazık ki farklı isimler altında günümüzde de devam etmektedir. Başta bir zenginlik olarak anılması gereken kimlikler birbirleri ve öteki ile girdiği barbar ve akıldışı niteliği yüzünden mezarlarımız haline gelebilmektedir (Çetinkaya, 1995: 142).

Toplumsal çözülme kimlik bunalımı ve kimlik ayrışmasıyla başlamaktadır. Bu ise oldukça yıpratıcı bir süreçtir. Alt kimliklerin öne çıkmasına ve toplumsal ayrışmaya mahal veren sorunlar giderilmezse bölünme parçalanma veya yıkılma gibi sonuçlar ihtimal dahilindedir. Şentürk'e göre hiçbir sıhhat bozukluğu, kimlik bunalımı kadar derin, yıkıcı veya kurtarıcı olamaz. Kimlik bunalımına ve özellikle kaybına dönüşmediği sürece, hiçbir ekonomik, teknik, toplumsal, kültürel, politik, askeri, sanatsal, tarihi ve fikri

olumsuzluklar fert ve toplumun varlığını tehdit edecek ve gelecek kaygısından koparacak boyutta bir tesir gücüne sahip olamazlar... Bu çerçevede kimlik bunalımı, bir milletin tarihsel kimliğine mührünü vuran ontolojik aidiyetini ve emniyetini anlamlandıran ruh ikliminin bozulmasıdır (Şentürk, 2018: 181).

Toplumsal sorunlar ve ortak kimliğin parçalanması sonucunda ayrışan kimliklerde direniş, karşı çıkış ve dikleşme tutum ve eylemleri ortaya çıkar. Castelss'in ifadesiyle, direniş kimliği, hâkim olanın, başat olanın mantığı tarafından değersiz görülen ve/veya damgalanan konumlarda/koşullarda bulunan aktörler tarafından geliştirilir (Aka, 2015:1091).

Bireylerin yaşadığı acı, aşağılanma, mağduriyet, yaşam güçlükleri giderilmedikleri takdirde tepkiye dönüşebilmekte ve sorumlu oldukları otoriteye karşı koyma eğilimi göstermeye başlamaktadır... (İmamoğlu., Şahin., Genç, 2015: 272).

Yemen Medyasında Çatışan Tarafların Söylemlerinin Analizi

Ensarullah Yanlısı Al-Mesire Kanalı: “İşgalci Arap Koalisyonu Masum İnsanları Öldürüyor ve Yeraltı Kaynaklarına El Koyuyor”

Ensarullah'ın, 21 Eylül 2014 tarihinde Yemen'in başkenti olan San'a'nın kontrolünü ele geçirmesinden sonra Yemen'de, Ensarullah ile El Hadi'ye bağlı kuvvetler arasında silahlı çatışmalar meydana gelmiştir. 26 Mart 2015 tarihinde Suudi Arabistan liderliğindeki Arap koalisyonunun Ensarullah'a karşı hava saldırıları düzenlemesi, silahlı çatışmaları daha da arttırmıştır. Arap koalisyonu tarafından “Kararlılık Fırtınası” adı altında yürütülen askeri operasyonun amacı, Cumhurbaşkanı El Hadi'yi iktidara getirmektir.

Amerika'nın inisiyatifiyle kurulan Arap koalisyonu, Amerika ile birlikte Ensarullah'a karşı ittifak kurmuş ve bu da Ensarullah'ın medyası tarafından eleştirilmiştir. Bu koalisyon, “Amerikan-Suudi Arabistan saldırganlık koalisyonu” (Al-Mesire, 23.10.2019) veya “Amerikan-Suudi Arabistan ve BAE saldırganlık koalisyonu” diye değişik adlarla ifade edilmiştir (Al-Mesire, 29.12.2019). Arap koalisyonunun Yemen'i deniz ablukasına almasıyla, başta hastaneler olmak üzere birçok kamu hizmeti bozulmuş ve bunlar, Ensarullah medyası tarafından şu şekilde eleştirilmiştir: “*Petrol gemileri, Birleşmiş Milletler tarafından denetlenmesine rağmen saldırganlık koalisyonu, bu gemileri abluka altına alarak yaklaşık iki ay boyunca bu gemilerin Hudeyde limanına girişini engellemiştir. Tüm bu olayların temelinde Yemen halkının ekonomisinin bozulmaya çalışılması yatmaktadır. Kurtuluş Hükümeti'nin kontrolündeki başkent San'a ve diğer şehirlerde, boğucu krizler yaşanmış ve bu durum birçok hastane ve sağlık merkezinde, kamu hizmetlerinin bozulmasına ve hatta bu hizmetlerin felç olmasına neden olmuştur*”. (Al-Mesire, 12.10.2019).

Ensarullah medyası, kendi kontrolü altındaki bölgelerde deniz ablukasının neden olduğu acıların şiddetini istatistiki bilgiler vererek daha da vurgulamaya çalışmıştır. “*Yemenin Sağlık ve Nüfus Bakanı Doktor Taha Mütevekkil, saldırganlık koalisyonunun petrol gemilerini ablukaya almasından sonra, birçok şehrin 120'den fazla hastanesinde*

ve 3000'e yakın sağlık merkezinde hizmetin durduğunu dile getirmiştir.” (Al-Mesire, 08.10.2019). Haberde “Yemenlilerin acı çekme nedenlerinin altında” Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri'nin liderliğindeki koalisyon ülkelerinin olduğu belirtilmiştir (Al-Mesire, 11.11.2019).

Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirlikleri'ni, Yemen'in güneyindeki şehirleri işgal eden devletler olarak nitelendiren Ensarullah medyasının “*Suudi Arabistan-BAE işgal güçleri altındaki güney şehirlerde kaos, güvensizlik ve istikrarsızlık gölgesinde devam eden...*” (Al-Mesir, 02.12.2019) şeklindeki söylemine göre, Arap koalisyon ülkeleri, petrol yönünden zengin olan Yemen'in güney şehirlerini, önemli limanları, özellikle Aden limanını hakimiyeti altına almayı amaçlamaktadır.

Al-Mesire kanalı, Arap koalisyon ülkelerinin Yemen'de masum sivil insanların öldürüldüğünü şöyle dile getirmektedir: “*Amerikan-Suudi Arabistan saldırganlığı yüzünden Yemen halkı, şehrindeki masum insanları katletmiştir. Suudi Arabistan'ın, Sa'da şehrine bağlı Münebbih Müdüriyetine dün yaptığı topçu saldırısının sonucunda beş sivil vatandaş şehit düşmüştür*” (Al-Mesire, 30.11.2019). Bu nedenle, Arap koalisyon ülkelerinin hedefinde, yalnız Ensarullah'ın askerleri değil aynı zamanda birçok sivil insanlar da bulunmaktadır: “*Son iki gün içerisinde, Amerika-Suudi Arabistan ve Birleşik Arap Emirliklerinin, Saada'ya bağlı Baqim Müdüriyetine (ilçe) düzenlediği saldırıda sekiz sivil vatandaş vurularak şehit edilmiştir.*” (Al-Mesire, 02.11.2019). Bu da koalisyon liderliğindeki kuvvetlerin, Yemen'e hem maddi hem manevi açıdan büyük hasarlara yol açtığını göstermektedir. Bu durum Al-Mesire kanalının yayınladığı haberlerin çoğunda kullanılan “*Amerikan-Suudi saldırganlığı*” ifadesinde görülmektedir. Bu ifade, genellikle olumsuz olaylarda kullanılmaktadır. Sözelimi, “*Suudi Arabistan-Birleşik Arap Emirlikleri'nin işgaliyle, zengin kaynaklar olan petrol ve gazı yağmalanmaya devam edilmiştir.....*” cümlesinde olduğu gibi (Al-Mesire, 18.09.2019).

“El Hadi Kaçaktır ve Askerleri Suudi-Amerika'nın Paralı Askerleridir”

2014 yılının sonlarında, Yemen'de birçok siyasi karmaşıklık yaşanmış, Ensarullah Sana'yı ele geçirmiş, yeni Anayasa referandumu, cumhurbaşkanlığı ve parlamento seçimleri gerçekleştirilememiştir. Bu olaylar Cumhurbaşkanı El Hadi'yi, meşru otoritenin tek temsilcisi ve uluslararası alanda tanınan kişi konumuna getirmiştir. El Hadi, Ensarullah'a ait Al-Mesire kanalında “Kaçak El Hadi” diye anılmış ve bağlı bulunduğu ordu da “paralı” diye adlandırılmıştır. Bu kanal, Güney Geçiş Konseyi'nin güçlerini “Birleşik Emirliklere bağlı milisler” şeklinde tanımlamaktadır. Al-Mesire kanalı “Kaçak El Hadi”, “paralı”, “milisler”, “hainler” ve “münafıklar” gibi ifadelerle Cumhurbaşkanı El Hadi'yi ve güçlerini, hükümetlerini aynı zamanda Güney Geçiş Konseyi'ni de eleştirmektedir. Şöyle ki: “*Paralı Hafız Miad başkanlığındaki Ekonomik Komisyonu tarafından yayınlanan resmi belgeler, Kaçak El Hadi hükümetinin daha önce benzeri görülmeyen bir skandalı olarak ortaya çıkarmıştır. Suudi Arabistan rejimi, Yemen'deki ekonomik dosyanın ilk ve son karar verici olduğunu doğrulamıştır. Bu ekonomik dosya dışındakilerin adları ne olursa olsun araçtan başka bir şey değildir. “Al-Mesire” gazetesi tarafından elde edilen bu belgeler, Aden'de paralı hükümete bağlı Ekonomik Komisyonu'nun, Suudi Arabistan*

Ulusal Bankası'na yasadışı yollardan gümrük, vergi ve başka gelirler sağladığını ortaya koymuştur." (Al-Mesire, 25.09.2019).

Bir başka alıntı, askeri yönle bağlantılıdır. El Hadi'ye bağlı ordu, paralı diye nitelendirilmiştir: *"Dün Pazartesi günü ordu mücahidleri ve halk komiteleri, Suudi Arabistan-Amerikan paralı askerlerinin Taiz şehrine bağlı Maqbanah Müdüriyetine yapılan sızma girişimini başarısız kılmıştır."* (Al-Mesire, 24.9.2019). Al-Mesire kanalı, El Hadi'ye bağlı ordunun, Suudi-Amerika'nın "paralı" askeri olduğunu iddia etmiştir. El Hadi'ye bağlı orduyu hain ve ikiyüzlü olarak da tanımlamıştır. Al-Mesire kanalı şöyle demektedir: *"Ordunun kahramanları ve halk komiteleri tarafından, el-Cevf ve le-Beydâ' cephelelerinde gerçekleştirilen özel operasyonlarda birçok hain ve ikiyüzlü insanlar yaralanmış ve öldürülmüştür."* (Al-Mesire, 29.09.2019). "Hainler" terimi tehlikeli bir kullanıma işaret etmektedir. İhanetin bedeli genellikle ölümdür. Al-Mesire kanalı El Hadi ordusunun, barışı sağlamakta ciddi olmadığını ve Hudeyde anlaşmasını ihlal ettiğini dile getirmiştir. *"Saldırgan kuvvetler ve paralı askerler, vatandaşlara ve mallarına yönelik ateşli saldırılara devam etmekte ve Hudeyde anlaşmasını ihlal ederek barış sürecini bozmaya çalışmaktadır."* (Al-Mesire, 02.10.2019). Al-Mesire kanalı Güney Geçiş Konseyi'ni milisler olarak nitelendirmiş ve konseyin Birleşik Arap Emirliklerine bağlı olduğunu belirtmiştir: *"Paralı asker hükümeti ile Birleşik Arap Emirliklerine bağlı olan "Geçiş Konseyi" milisleri arasındaki çatışmanın yeniden ortaya çıkması, Aden şehrindeki kaosun turmanmasına neden olmuştur...."* (Al-Mesire, 02.12.2019). Anlaşıldığı üzere, Güney Geçiş Konseyi aslında El Hadi'ye bağlı bir kuvvet değildir. Hadi'ye bağlı Medya ile Ensarullah'a ait Al-Mesire kanalı arasında bulunan ortak nokta, Güney Geçiş Konseyi'nin güçlerine "milisler" denmesidir. "Milisler" söylemi, Yemen halkına bu güçlerin meşru olmadığı ve gerçekleştirdikleri tüm eylemlerin yasa ve yönetmelikleri ihlal ettiği mesajını vermektedir.

Yukarıda yer alan bilgilerden anlaşıldığı üzere Ensarullah'a ait olan Al-Mesire kanalı, diğerleri hakkında birçok olumsuz cümle kullanmıştır. Bunun altında yatan neden ise kendilerini destekleyenlere, yaptıkları çalışmanın meşru olduğunu göstermek ve diğerlerinin ise saldırı düzenlediklerini düşünmelerini sağlamaktır. Al-Mesire kanalı El Hadi için, Yemen'in meşru Cumhurbaşkanı olmadığını, halkın desteğini almak için Suudi Arabistan'a kaçan biri olduğunu söylemektedir. El Hadi'ye bağlı kuvvetler için "paralı asker" sıfatını kullanmak olumsuz bir söylemdir. Çünkü bu söylem genellikle, yabancı ülkelere ücreti mukabili istihdam edilen silahlı güçler için kullanılmaktadır. Netice olarak, Al-Mesire kanalı, Ensarullah'ın güçlerini Yemen'i temsil eden meşru güç, diğer güçleri ise "paralı asker" olarak tanımlayarak kendileri namına ulusal bir kimlik oluşturmaya çalıştığı değerlendirilebilir.

"Dini İnancı Milli Kimliğin Üstünde Gören Ensarullah:

Biz Allah için Cihad Ediyoruz ve Ülkeyi İşgalden Kurtarıyoruz"

2004-2010 yılları arasında Ensarullah hareketi, devletle altı savaş dönemi geçirmiştir. Savaşın merkezi, Yemen'in kuzeyinde bulunan Saada şehridir. Körfez Girişimi'nin

imzalanmasından, özellikle hükümetin Temmuz 2014 yılı sonunda petrol fiyatlarını artırmaya karşı gösteri ve protestoların düzenlenmesinden sonra, Yemen'in siyasi sahnesinde Ensarullah Hareketi yeni bir aktör olarak ortaya çıkmıştır. Ensarullah'ın yaptığı protestoların amacı, petrol fiyatlarındaki artışı durdurup düşürmek, hükümeti devirmek ve Ulusal Diyalog Konferansı sonuçlarının uygulanmasını sağlamaktır. Gelişen tüm bu olaylar sonrasında Ensarullah, başkent San'a'nın tüm kurumlarını kontrolü altına almış ve aynı zamanda ulusal alanda kurtarma hükümeti kurmaya çalışmıştır. Cumhurbaşkanı El Hadi, Suudi Arabistan'a giderek Ensarullah'ın ilerlemesini durdurmak için askeri destek istemiştir. 26 Mart 2015 tarihinde, 10 ülkeden oluşan Suudi Arabistan liderliğinde bir Arap koalisyon oluşturulup, Ensarullah'a karşı askeri operasyonlara başlamıştır. Bu süre zarfında, El Hadi ve Ensarullah kuvvetleri arasında yaşanan savaş devam etmiştir.

Bu gelişmeler, “ordu kahramanları ve halk komiteleri” veya “ordu mücahidleri ve halk komiteleri” diye Ensarullah medyasına yansımıştır. “Ordu” kelimesi, Ensarullah güçlerinin devleti savunmayı amaçlayan meşru kuvvetler anlamındadır. “Mücahidler” ifadesi ise, Ensarullah tarafından güçlerini tanımlamak için kullandıkları İslami bir terimdir. Ensarullah medyalarında, El Hadi gücü için “paralı askerler” ve “ikiyüzlüler” ifadelerini kullanmışlardır. Kullanılan tüm bu terimler olumsuz anlamlar taşımaktadır. Aşağıda, Ensarullah'a bağlı medyanın kendini nasıl ifade ettiği gösterilmektedir: “*Devrim lideri Seyid Abdülmelik el-Husin, Hz. Peygamberin Mevlidi Şerifi münasebetiyle yaptığı konuşmasında, Suudi Arabistan saldırganlığının felaket ve korkunç sonuçların ortaya çıkmasına neden olacağını, saldırganlığın devam etmesi durumunda Allah huzurunda, düşman olarak hüccet kademesinde bulunacağı söylenmektedir. Allah'ın mazlum mümin kullarına vadettiği zaferin gerçekleşmesi için, Yemenlilerin etkili eylemde bulunmaları ve cephelere savaşacak erkek ve maddi yardım sağlamaları gerekmektedir.*” (Al-Mesire, 25.11.2019).

Ensarullah, 21 Eylül 2014 tarihinde San'a'ya girişlerini bir devrim olarak nitelendirmekte ve bunun bir darbe olmadığını söylemektedir: “*Hükümlerinin sızdırılmasından günler sonra paralı askerler ve Geçiş milisler hükümeti, Salı günü “Cidde Anlaşması”nı imzalamıştır. Bu durum, işgal altındaki şehirlerdeki vesayet skandalının Birleşik Arap Emirliklerinden Suudi Arabistan'a aktarılmış ve paralı askerlerin yaptıkları tüm slogan ve propagandalar düşmüştür. Bunun yanı sıra, saldırganlık koalisyonun 21 Eylül devrimini “sona erdiren silahlı bir darbe” olarak tanımladığı tüm hataların gerekçesi de düşmüştür.*” (Al-Mesire, 07.11.2019). Bu yüzden Ensarullah, Yemen'in meşru otoritesiymiş gibi davranmaktadır. Al-Mesire kanalı Ensarullah'ı, Yemen topraklarını, birliğini ve kimliğini savunanlar şeklinde göstermektedir. Ensarullah Yüksek Siyasi Konsey Başkanı şunları dile getirmektedir: “*Kendimizi, halkımızı, ülkemizi savunmamız, sahip olunan toprağın özgürleşmesine çalışmamız, kararlarda kendi bağımsızlığımızı ilan edinceye kadar mücadele vermemiz, halkımıza olan bağlılığımızı göstermektedir. Tüm ülkelerin toplumunu, mazlum olan Yemen halkı için, dayanışma içerisinde olmaya ve halkın umutlarına, sahip oldukları adil davaya ve isteklerine saygı duymaya aynı zamanda yolsuzluk yapan bir gruba karşı durması için yardım etmeye davet ediyoruz.*” (Al-Mesire, 14.10.2019). Tüm bunlar, Ensarullah'ın benimsediği adil olayları göstermekte ve yaptıkları şeyin amacının kendilerini savunmak olduğuna işaret etmektedir. “Toprağın tamamen bağımsız olması” ifadesinin kullanılması, Yemen'in yabancı güçler tarafından işgal edildiğine işaret etmektedir.

Ensarullah'ın söylemleri sadece çatışmanın sürekliliği ile sınırlı kalmamıştır. Al-Mesire kanalı, Ensarullah'ın barışı gerçekleştirebilmesi için Yemen halkına yapılan saldırıların durdurulması ve ablukanın kaldırılması gerektiğini söylemektedir. “*Devrimin lideri Seyid Abdümelik Bedreddin el-Husi, dün Pazartesi günü, Yemen'deki mevcut aşamanın özelliklerini açık bir şekilde ortaya koymuştur. Yemen'de ve bölgede barışın sağlanması için tek ve en iyi yolun saldırganlığın ve kuşatmanın tamamen sonra erdirilmesiyle olacağını ve Birleşmiş Milletlerin çalışmalarıyla barışa götürmesi gerektiğini teyit etmiştir.*” (Al-Mesire, 29.10.2019). Bu da Ensarullah'ın masum olduğunu ve Arap koalisyon ülkeleri tarafından haksızlığa ve saldırılara maruz kaldığını göstermektedir. Ensarullah, bu konuşmayla kendisinin Yemen halkından sorumlu olduğunu ifade etmektedir.

Al-Mesire kanalı, El Hadi kuvvetlerine karşı yapılan savaşlarda Ensarullah'ın zaferini dile getirmektedir. “*Savunma Bakanı Tümgeneral Muhammed Nasır el-Atıfı, Yemen halkının egemenliğini, bağımsızlığını, ulusal birliğini, özgürlüğünü ve gururunu savunmak için, ordu kahramanlarının ve halk komitelerinin elde ettikleri zaferleri ve cesaretleri övmüştür.*” (Al-Mesire, 01.10.2019). Ensarullah tarafından kullanılan yöntem, çok sayıda gencin ilgisini çekmiştir. Başka bir anlatımla Ensarullah, Yemen'in birliğini ve bağımsızlığını, özgürlüğünü, ulusal birliğini ve gururunu savunmak için savaşmaktadır. Ensarullah, medya söylemlerinde Yemen kimliğini de açıkça dile getirmekte ve Yemen topraklarını savunmakla El Hadi hükümetinden farklı olduğunu vurgulamaktadır.

“Hadi Yanlısı Al Sevra Gazetesi: Arap Koalisyonun Amacı, Ensarullah'ın Darbesini Bastırmak ve Yemen'in Birliğini Sağlamaktır”

Yemen Cumhurbaşkanı El Hadi yanlısı Al Sevra gazetesi, Arap koalisyon ülkelerinin, özellikle Suudi Arabistan, Yemen'e Cumhurbaşkanı El Hadi'nin meşruiyetini geri getirmek, darbeyi sonlandırmak ve Suudi Arabistan'ın güvenliğini tehdit eden İran'ın bir kolu olan Ensarullah cemaatini mağlup etmek için geldiklerini söylemektedir. El Hadi'ye bağlı çalışanlar ve hükümet yetkilileri, katıldıkları resmi etkinliklerin çoğunda Suudi Arabistan Krallığı'na teşekkürlerini sunmaktadır. Al Sevra gazetesinin, Suudi Arabistan'a karşı söylemleri olumlu yöndedir.

Aşağıdaki alıntılarda El Hadi yanlısı medyada, Arap koalisyon ülkelerinin, nasıl nitelendirildiği açıklanmaktadır: “*Yemen Enformasyon Bakanı Muammer el-Eryani, Suudi Arabistan Krallığı önderliğinde olan Yemen Meşruiyeti Destekleme Koalisyonun ve Uluslararası toplumun duruşu, Yemen'in birliğini ve toprak bütünlüğünü desteklemede açık ve tutarlı olduğunu ifade etmiştir.*” (Al Sevra, 30.07.2019). Bu söyleme göre El Hadi hükümeti için Yemen'in birliği, bu dönemde korunması gereken en önemli husustur. Çünkü Yemen birliğinin korunması, Yemen kimliğinin bütünlüğü açısından da önemlidir. Bu söylem, Güney Geçiş Konseyi'nin ülkenin güneyini kuzeyinden ayırmaya çalıştığı bir zamanda ifade edilmektedir. Bu arada Birleşik Arap Emirlikleri, Arap koalisyon ülkelerinin üyesi olmasına rağmen, Güney Geçiş Konseyi güçlerini desteklemektedir. Ayrıca Ağustos 2019 yılında BAE savaş uçakları, Yemen ordu güçlerini bombalamıştır.

Bu olaydan sonra Al Sevra gazetesi haberlerinde, Birleşik Arap Emirliklerine karşı olumsuz tavır sergilerken, Suudi Arabistan'a karşı olumlu tavır içerisindedir: “*Birleşik Arap Emirlikleri tarafından geçici başkent Aden, Zencibar, Abyan ve çevresine düzenlenen saldırılar yüzünden 300'den fazla şehit olmuş, bazı silahlı kuvvetler ve siviller yaralanmış, bu sebeple Savunma Bakanlığı ve Genelkurmay Başkanlığı bu durumu kınamıştır*” (Al Sevra, 29.08.2019). Bu olay aynı zamanda, Yemen Cumhurbaşkanlığı, hükümet ve tüm siyasi güçler tarafından da kınanmıştır. Al Sevra gazetesi, Birleşik Arap Emirlikleri'nin Yemen ordusunu bombalamaya iten bazı irrasyonel nedenler olduğunu söylemiştir. Birleşik Arap Emirlikleri, Yemen ordusu saflarında terörist unsurlarının olduğunu iddia etmiş ve el-Kaide ve Ensarullah unsurlarıyla savaşan Yemen Ulusal Ordusu'nu terörel suçlamıştır: “*Bakanlar Kurulu, Birleşik Arap Emirliklerinin ulusal orduya karşı yaptığı çirkin hedefini örtmek için sürdüğü gerekçeleri reddetti. Yemen, toprak bütünlüğünü korumakla, terörizmle mücadele etmekle, Birleşmiş Milletler Şartına ve uluslararası yasalara uygun olarak anayasal görevini yerine getirmektedir. Bakanlar Kurulu, Yemen hükümetinin terörizm ve aşırı grupların her biçimiyle mücadelesinde, uluslararası toplumun aktif bir şekilde ortağı olduğunu teyit etmiştir. Birleşik Arap Emirliklerinin Ulusal Ordu güçlerini terörizmle suçlamasının altında, ulusal ordu kahramanlarına yaptığı yasadışı hedeflerini örtbas etmek bulunmaktadır.*” (Al Sevra, 30.08.2019). Bu olaylar, hükümet güçlerinin Aden şehrine doğru ilerlemesini engellemiştir. Güney Geçiş Konsey güçleri, Riyad Anlaşması imzalanmasına rağmen şehri kontrol altında tutmaya devam etmiştir.

Gazete, Suudi Arabistan'ın Yemen'de olumlu şeyler yaptığını söylemektedir. “*Koalisyon güçleri resmi sözcüsü Albay Türki el Maliki, Yemen Meşruiyeti Destekleme Koalisyonu*” nu yenilemiştir. *Yemen istikrarını sağlamak için, koalisyon operasyonları yapılmaya devam edilmiş, meşruiyetin yeniden sağlanması ve Yemen şehirlerinin, İran ve bağnaz grupların desteklediği Husi terörist milislerinden kurtarılması için çalışmalar yapılmış, Yemen halkının gelişimi ve yetenekleri desteklenmiştir*”. (Al Sevra, 19.08.2015). Bu nedenle, Arap koalisyon sözcüsünün ifadelerinde de dile getirdiği gibi, Yemen'deki çözümün siyasi değil askeri olması gerektiğidir. Çünkü, her iki taraf da (Hadi ve Ensarullah) askeri güce sahip ve biri diğerini ortadan kaldırmaya çalışmaktadır. Koalisyon, El Hadi ile aynı düşüncelere sahip olup askeri operasyonları sürdürmekte ısrarcıdır. Bu da, beş yıl daha uzayabilecek uzun bir savaş dönemine yol açacaktır.

Kısacası, El Hadi yanlısı olan Al Sevra gazetesinde Arap koalisyonu hakkında Yemen'de olumlu adımlar atan bir ittifak şeklinde söz edilmektedir.

“Ensarullah ve Güney Geçiş Konseyi Çözümü Engelliyor”

Cumhurbaşkanı El Hadi adına konuşan Al Sevra gazetesi Ensarullah'ın, Cumhurbaşkanı El Hadi tarafından temsil edilen meşru otoritelere karşı bir darbe yaptığını söylemektedir. Ensarullah'ın İran'dan, özellikle askeri alanda destek aldığı dile getirmekte ve Ensarullah'ın kuvvetlerini, silahlı milisler şeklinde tanımlamaktadır. Bu sebeple Al Sevra gazetesinin kullandığı söylemler olumsuz anlam taşımaktadır. Al Sevra gazetesinde yer alan haberler, bunu açık bir şekilde göstermektedir: “*Husi milisleri karşı*

operasyonlarda İran rejiminin sağladığı kaçak silahları ve askeri teknolojileri kullanmış, sivilleri hedef almış ve krizi barışçıl yoldan çözümü baltalamaya çalışmıştır. B sebeple Enformasyon Bakanı Muammer el-Eryani, İran'ı kınamıştır.” (Al Sevra, 08.07.2019). Görüldüğü gibi, Yemen hükümeti bir anlamda Ensarullah'ı İran yanlısı olmakla ve ülkede yaşanan krizin barışçıl yoldan çözümünü baltalamaya çalışmakla suçlamaktadır.

Gazete, Ensarullah'ın sivillere yanlış yaptığını şu haberle belirtmektedir: *“Bugün Perşembe günü, ülkenin güneyindeki Dali şehrinin kuzeyinde bulunan Maris bölgesinde, vatandaşların evlerini bombalayan İran destekli Husi milisleri tarafından dört çocuk ve bir kadın yaralandı.”* (Al Sevra, 01.08.2019). Gazete, Ensarullah'ı, çocukları kendi saflarında savaşması için, askere aldığını söylemektedir: *“İnsan Hakları Bakanı Muhammed Asker, meşru otoriteye karşı yapılan darbeden şu ana kadar Husi milisleri, darbe grubu tarafından kontrol edilen çeşitli bölgelerde otuz binden fazla çocuğu ölmeye ve savaşmaya sürüklediğini söylemiştir.”* (Al Sevra, 11.07.2019). Böylece, Ensarullah, on beş yaşın altındaki çocukların silahlı çatışmalara karışmasını yasaklayan uluslararası ve insan hukukunu ihlal etmiştir.

Al Sevra gazetesinde, Yemen'deki savaşın nedeninin Ensarullah olduğu ileri sürülmektedir. İnsan Hakları Bakanı Muhammed Asker, *“Yemen'deki çatışmanın nedeni, 21 Eylül 2014 tarihinde başkent San'a'da meşru otoriteye karşı Husi milisler tarafından yapılan askeri darbenin olduğunu dile getirmiştir.”* (Al Sevra, 26.09.2019). Yemen hükümeti, devam eden savaştan ve Yemen'e uygulanan ekonomik kayıplardan Ensarullah'ı sorumlu tutmaktadır: *“Merkez İstatistik Bürosu tarafından yayınlanan son resmi raporda, İran'ın desteklediği Husi milis darbesi ve dört yıldan uzun süren savaşın yankıları, Yemen ekonomisine 54,7 milyar dolar zarar verdiği görülmektedir.”* (Al Sevra, 16.08.2019). Yemen'deki savaşlar, Yemen vatandaşlarına olumsuz bir şekilde yansımıştır. Birleşmiş Milletler Yemen'deki savaşın, silahlı çatışma şeklinde olması nedeniyle, dünyadaki en büyük insani krize yol açtığını söylemiştir. Öyle ki, 14 milyon insan, açlık ve kolera gibi ölümcül hastalıkların tekrarlanması riskiyle karşı karşıya kalmıştır.

Al Sevra gazetesi, Ensarullah'ın Yemen'deki alt yapıyı yok ettiğini söylemektedir: *“Bugün Çarşamba günü, darbeci Husi milisleri, ülkenin güneyinde bulunan Dali şehrinde Meris bölgesinin kuzeyindeki ana yolda bulunan bir köprüyü bombaladı.”* (Al Sevra, 03.07.2019). Ulusal Orduya sürekli saldırılar düzenlemektedir: *“İran destekli Husi milis kuvvetlerinin 20 üyesi bugün, el-Fahir bölgesinin Ka'tabah ilçesinde ordu mevzilerine sızmaya çalışırken Ulusal Ordunun ateşiyle öldürüldü”.* (Al Sevra, 15.10.2015).

Al Sevra gazetesi, Güney Geçiş Konseyi'nin isyancı bir grup olduğunu söylemektedir. Bu grubun, Cumhurbaşkanı El Hadi meşruiyetine yönelik bir darbe olduğunu ve Yemen'in bölünmesi için Birleşik Arap Emirliklerinden askeri destek aldığını dile getirmektedir. Güney Geçiş Konsey kuvvetlerini, yasadışı silahlı milisler şeklinde tanımlamaktadır. Güney Geçiş Konseyi ile ilgili olumsuz bir olay meydana geldiğinde, haberdeki cümlede olduğu gibi, Birleşik Arap Emirliklerinden bahsedilmektedir: *“Birleşik Arap Emirlikleri'nin desteklediği Geçici Konsey milislerinin ülkenin güneyinde bulunan Şabva iline düzenlediği şiddetli saldırıyı, Ulusal Ordu kuvvetleri püskürttü...”* (Al Sevra, 23.08.2019). Dışişleri Bakan Yardımcısı Muhammed el-Hadrami; *“Geçici*

Konsey tarafından geçici başkent Aden’de yapılan hareket, resmi devlet kurumlarına karşı bir darbedir. 2014’teki Husi darbesinden sonra bu kurumların tekrar restoresi ve onarımı, Meşruiyeti Destekleme Koalisyonu’nun desteğiyle sağlanacaktır. El-Hadrami, Dışişleri Bakanlığı’nın resmi Twitter hesabına attığı Tweet’te, “Yemen Cumhuriyeti, Aden’deki meşruiyete karşı yapılan darbenin sonuçlarından, Geçiş Konseyini ve Birleşik Arap Emirliklerini sorumlu tutmaktadır. Birleşik Arap Emirliklerinden isyancı gruplara sağlanan maddi ve askeri desteğin derhal ve tamamen geri çekilmesini istemektedir.” (Al Sevra, 11.08.2019). Güney Geçiş Konseyinin, Aden şehrini kontrol altına aldıktan sonra Birleşik Arap Emirliklerine karşı olumsuz yorumlar yaptığı Al Sevra gazetesinde açık bir şekilde görülmektedir.

“Hadi Ülkenin Tek Meşru Yönetimidir”

Körfez Girişimi’nin öne sürdüğü şartlarla iki yıl iktidarda kalan Cumhurbaşkanı El Hadi, Yemenliler ve Uluslararası toplum arasında, 2011 yılında ülke liderliğini yapan ve siyasi krizden çıkılmasında uzlaşmacı bir yöntem benimseyen bir kişidir. Körfez Girişimi şartlarının uygulanmasının Şubat 2014’te bitmesi gerekirken, işler planladığı gibi gitmemiş ve bunun sonucunda El Hadi, Yemen’i ve uluslararası güçleri Yemen Cumhurbaşkanı olarak sekizinci yılına kadar kendisine bağlı kalmaya zorlayarak anayasal meşruiyet kazanmıştır.

Al Sevra gazetesi, Cumhurbaşkanı El Hadi’nin Yemen’in meşru Cumhurbaşkanı olduğunu, Ensarullah ve Güney Geçiş Konseyi dahil olmak üzere tüm tarafların bunu kabul ettiğini ve yönergelerini izlediğini söylemektedir. Şöyle ki: *“Yemen şehirleri, Aden ilindeki Cumhurbaşkanlık koruma tugaylarındaki emniyet güçlerinin, güvenlik ve istikrarı sağladığını ve devlet kurumlarını korumak için alınan önlemlere tam destek verdiğini, Ekselans Cumhurbaşkanı Abd Rabbu Mansur El Hadi’nin temsil ettiği meşru liderliği kabul ettiğini ifade etmiştir.* (Al Sevra, 08.08.2019). Ağustos 2019’da Güney Geçiş Konseyi kuvvetleri, Aden şehrindeki El Hadi yanlısı askeri güçlere saldırı başlatmıştır. Bu durum, El Hadi’yi desteklemek için çeşitli Yemen şehirlerinde popüler gösterilere yol açmıştır. Aynı zamanda gösterilere katılanlar devlet kurumlarının korunması çağrısında da bulunmuştur. El Hadi ve Yemen Temsilciler Meclisi anayasal meşruiyeti temsil ettiğinden dolayı, onların tanınmaması ve silahlı saldırıya maruz kalması bir anlamda darbe olarak kabul edilir.

Al Sevra gazetesi, El Hadi ve hükümetinin barışı gerçekleştirmek, Yemen’deki savaşı sonra erdirmek için çalışmalar yaptığını söylemiştir. El Hadi ve hükümeti, Ensarullah’a barışın sağlanması için üç şart koşturmuştur: *“Dışişleri Bakanı Yardımcısı Muhammed el-Hadrami, Yemen hükümetinin ilk tercihinin barış olduğunu dile getirmiş ve her zaman böyle olacağını vurgulamıştır. İki taraf darbeyi sona erdirdiğinde ve siyasi sürece dahil olduğuna inandığında ellerimiz hala barışa uzanmaya devam edecektir. Barışın Körfez Girişimi’nin üç referansına (Körfez İşbirliği Konseyi Girişimi ve Mekanizmaları, Kapsamlı Ulusal Diyalog Kararları ve 2216 Sayılı Birleşmiş Milletler Kararları) uygun olmasını şart koşuyoruz* (Al Sevra, 10.09.2019). Bu referanslar, Birleşmiş Milletler Yemen Özel Elçisi ile yapılan görüşmeler esnasında, Cumhurbaşkanlığı ve Yemen hükümeti tarafından

belirlenen şartlardır: “Cumhurbaşkanı El Hadi, BM Yemen Özel Elçisi Martin Friffiths ile yaptığı görüşmede, Birleşmiş Milletler’in ve Yemen ile uluslararası toplumun pozitif duruşunu ve anayasal meşruiyetini övmüştür. El Hadi, İran’ın Yemen’deki gündemini uygulayan darbeci Ensarullah tarafından çözüm önerilerinin reddedildiğini söylemiştir. Ensarullah ayrıca Yemen halkının vazgeçmeyi kabul edemediği meşru hükümeti ve üç referans şartlarını da reddetmiştir” (Al Sevra, 15.07.2019). Buna göre, İran’ın gündemini yerine getirdikleri, özellikle BM kararları olmak üzere üç referansa uymak istemedikleri şeklinde Ensarullah’a yönelik olumsuz söylem ortaya çıkmaktadır.

Al Sevra gazetesi, Yemen Ulusal Ordusu’nu Yemen’i korumakla sorumlu tek yasal organ olarak gösterirken, Ensarullah kuvvetleri ve Güney Geçiş Konseyi’ni milisler olarak kabul etmektedir: “Savunma Bakanı Korgeneral Muhammed Ali el-Makdaşi, İran’ın desteklediği Husi milislerden, vatandan geriye kalanları kurtarmak için bilimsel ve ulusal temellere göre oluşturulan Yemen askeri teşkilatının, kurtuluşun tamamlanması için güvenilen bir ana garantör olduğunu söylemiştir. Devlet kurumları eski konumlarına gelecek, Yemen’de güvenliği ve istikrarı sağlayıp devletini ve geleceğini inşa etmek için geçiş sürecini güvence altına alacaktır.” (Al Sevra,, 05.08.2019). Al Sevra gazetesi, El Hadi egemenliğinin, devletin bağımsızlık ve özgürlüğüne, aynı zamanda adalet, özgürlük ve eşit vatandaşlık değerlerine dayanan entegre bir ulusal proje inşa etmek istediğini belirtmektedir. Cumhurbaşkanı El Hadi, ülkenin kuzeyinde ve güneyinde bulunan Yemen halkına, devlet kurma çalışmasının durmayacağına dair söz vermiştir. Özgürlük, demokrasi, eşit vatandaşlık, refah ve eşit güç dağılımının, iyi yönetimin var olması, Ulusal Diyalog Konferansı’nın sonuçlarıyla formüle edilen federal devlet biçiminin sağlamlştırılma mücadelesi ve hedeflerin eksiksiz bir şekilde gerçekleştirilmesiyle devam edecektir (Al Sevra, 25.09.2019). El Hadi ve hükümetinin bu şekilde konuşmaları, Yemen halkına karşı olumlu adımlar attığını göstermektedir.

“Güney Geçiş Konseyi Yanlısı Aden 24: Yemen Yerine Güney Yemen, Yemenliler Yerine Güney Yemenliler”

Avrupa Birliği Güney Geçiş Konseyi Ofisi’ne Bağlı Dışişleri Genel Müdürlüğü Ofisi’nin resmi sayfasına göre Konsey, güney halkının bağımsızlık beklentilerini gerçekleştirmeye, 22 Mayıs 1990’dan önce Yemen Demokratik Halk Cumhuriyeti diye adlandırılan Güney devletini yeniden kurmaya çalışmaktadır.

Güney Geçiş Konseyi yanlısı Aden 24 gazetesi, Güney şehirlerinde yaşayan insanları “Yemenliler” şeklinde değil, “Güneyliler” olarak ifade etmektedir. Yapılan tüm etkinlik ve faaliyetlerde “Güneyliler” ifadesi kullanılmaktadır: “Güneydeki farklı bölgelerden gelen Güneyli kalabalık, 5 Eylül 2019 tarihinin Perşembe gününde, Birleşik Arap Emirliklerinin ve Güneyin bayraklarını taşıyarak, Başkent Aden’e bağlı el-Mualla Müdüriyetinde bulunan Şehit Madrem ana caddesine akın etmektedir” (Aden 24, 05.09.2019). Veya: “Güneyli aktivistler, terörist olan İslah Partisi tarafından güneye yönelik komplo planlarına ve Yemen’in yirmi dokuzuncu kuruluş yıldönümüne karşı bu partinin diğer ülkeler gibi dağılmasını talep eden bir kampanya başlattı...” (Aden 24, 19.09.2019). Bu şekilde, Aden 24 gazetesinin Güney Yemen’de yaşayan vatandaşları

nasıl tanımladığı açıkça ortaya çıkmaktadır. Gazete, onların Yemenli olma özelliğini yok saymakta ve onlar için “kalabalık güneyliler” ve “Güney aktivistler” gibi ifade ve söylemler kullanmaktadır.

Aynı zamanda, ikinci cümlede Yemen için, “Güneye karşı” ve “Yemen’e karşı” ifadelerinden bahsedildiğinde ülke, iki ülkeye bölünmüş gibi görünmektedir. Bu nedenle, bu söylemden yola çıkarak, Güney Geçiş Konseyi yanlısı medya, güney vatandaşlarının zihninde bağımsız bir güney kimliği oluşturmayı ve Yemen Cumhuriyeti’nin herhangi bir özelliğini taşımamayı amaçlamaktadır. 22 Mayıs 1990’dan önce var olan “Yemen Halk Demokratik Cumhuriyeti” olarak değil, “Güney Arap Devleti” olarak adlandırılmasını isteyen birçok Güneyli aktivist, ifadelerinde de bunu açıkça belirtmiştir.

Güney Geçiş Konseyi’nin destekçileri, faaliyetlerinin birçoğunda, 1990 yılında kurulan Yemen Cumhuriyeti’nin Yemen bayrağını değil, “Yemen Halk Demokratik Cumhuriyeti” bayrağını kullanmaktadır. Aden 24 gazetesinde, Yemen birliğinden önce yaygın bir şekilde kullanılan terimlerin tekrar kullanılması dikkat çekmektedir: “*Abyan şehrine bağlı el-Mahfad Müdüriyetindeki (ilçesi) Güney Direnişi, tüm müdürlük mensuplarını, Güney topraklarında galip gelen Kuzey güçleri ile işbirliği yapmamaları konusunda uyarmıştır.*” (Aden 24, 07.09.2019). Bu ifadelerle meşru hükümete bağlı olan Yemen ordusu, güneyi işgal etmeye çalışan “kuzey kuvvetleri” olarak tanımlanmıştır.

Aden 24 gazetesi, Güney Geçiş Konseyi’ni güneylilerin meşru temsilcisi olarak görmektedir. Ayrıca, sahip olduğu güçlere de “Güney Silahlı Kuvvetleri” adını vermektedir. “*Güney Geçiş Konseyi Başkanı ve komutanı, Yemen’deki Güney Hareketi’nin fiili lideri Tümgeneral Aidarus Kasım ez-Zübeydi, 30 Kasım 2019 tarihinin Cumartesi gününde, güneyin güvenliği için askeri komutanlarla önemli bir toplantıya başkanlık etti...*” (Aden 24, 30.11.2019). Güney Geçiş Konseyi ve silahlı kuvvetlerinin “güneyin evlatlarının” mallarıyla kurulduğu söylene de bu doğru değildir. Aden 24 gazetesi, Geçiş Konseyi’nin, Birleşik Arap Emirlikleri’nin desteğiyle kurulduğunu vurgulamaktadır: “*Milyonlarca Güneyli kalabalık, Birleşik Arap Emirliklerine karşı sadakatlerini kanıtlamak için akın etmektedir. Bu, Birleşik Arap Emirliklerine olan destek ve bağlılığın bir ifadesidir. Güney halkının zor günlerinde yanında ciddi duruşunu takdir ediyoruz. İnsani alan, kalkınma, hizmet ve çeşitli alanlarda güneylilere karşı cömertçe destek vermeye devam etmiştir.*” (Aden 24, 05.09.2019). Bu gösteriler, Aden şehri girişinde Yemen hükümet güçlerini bombalayan Birleşik Arap Emirlikleri uçaklarına ve Güney Geçiş Konseyi’nin elit askeri kanadını oluşturan Güney Yemen merkezli paramiliter bir kuvvet olan Emniyet Kemeri Kuvvetlerine karşı bir teşekkür olarak kabul edilir.

Hadi hükümeti ile Güney Geçiş Konseyi arasında Kasım 2011’de imzalanan Riyad anlaşmasına bakıldığında, güney ve kuzey şehirleri arasında eşit yetkiye sahip bir hükümetin kurulması, askeri güçlerin birleşmesi, kodlanması ve Savunma Bakanlığı’na ilhak edilmesi açıkça şart koşulmuştur. İki tarafta da anlaşmanın uygulanmaması sonucunda, Güney Geçiş Konseyi “Güney şehirlerinde özyönetim ve acil durum”u başlatmış, 26 Nisan 2020’de başta geçici başkent Aden olmak üzere, Yemen hükümetini görevlerini yerine getirmemekle suçlamıştır. Bu adım, uluslararası boyutta kabul görmüş hükümet tarafından “yıkıcı sonuçlar”a neden olmuştur. Ayrıca, Güney Geçiş Konseyi

tarafından güney şehirleri üzerinde daha fazla kontrolü sağlamak için atılan ve El Hadi'nin meşruiyetini zayıflatan ikinci adımı oluşturmuştur.

“Güneyliler İçin El Hadi Artık Meşru Değil, Ensarullah ise İran'ın Yemen'deki Uzantısıdır”

Ağustos 2018'de Güney Geçiş Konseyi, devleti “güneydeki bağımsız federal devlet” olarak adlandırmış ve devletin tekrar kurulması için çaba sarf etmiştir. Konseyin hedefi, güney halkının kendi iradesinin kullanılmasını sağlamaktır. El Hadi hükümeti, Güney Geçiş Konseyi'nin eylemlerini uluslararası boyutta görmüş, bu eylemleri meşru hükümete karşı bir darbe olarak kabul etmiştir.

Güney Geçiş Konseyi yanlısı Aden 24 gazetesi, meşru hükümetin terörizmi desteklediğini iddia etmiştir: “*Meşru hükümet, düşmanı olduğunu düşündüklerini, terörist sabotaj adımlarıyla parçalamaya devam etmektedir*” (Aden 24, 10.10.2019). Riyad Anlaşması'nın imzalanmasından sonra El Hadi hükümetinin Ulusal Ordusu, Müslüman Kardeşler'e bağlı “milisler” şeklinde ifade edilmiştir. Meşru hükümete bağlı olan bu “milisler”, Riyad Anlaşması'nı engellemeye çalışmaktadır: “*Siyasi kaynaklar, meşru hükümete bağlı olan Müslüman kardeşler milislerinin başkent Aden'i istikrarsızlaştırmayı planladıklarını söylemişlerdir. Meşru hükümet, terörist unsurları Marib ve Al Bayda şehirlerinden başkent Aden'e devretmişlerdir*” (Aden 24, 04.12.2019). Buna göre, Güney Geçiş Konseyi'nin meşru hükümet güçlerine karşı nefret söylemi Aden 24 gazetesinde açıkça görülmektedir. Güney Geçiş Konseyi, Müslüman Kardeşleri, Aden'deki resmi kurumlara ve ulusal ordu kuvvetlerine saldırmak için bir bahane olarak kullanmaktadır. Ayrıca Yemen Ulusal Ordusunu terörizmle suçlayan Aden 24 gazetesinin söyleminin, BAE medyasını söylemiyle örtüştüğü de söylenebilir.

Güneyliler, El Hadi yönetimi altındaki meşru güçlere duyduğu nefreti sürekli olarak dile getirmektedir. Birleşik Arap Emirlikleri ve Güney Geçiş Konseyi bile meşru hükümeti terörizmle nitelendirirken, Arap Koalisyon ülkeleri hala Ensarullah'a karşı askeri operasyonlarına devam etmektedir. Aden 24 gazetesi, Ensarullah'ı ise İran'a bağlı silahlı milisler olarak nitelendirmektedir: “*Hudeyde'nin güneyindeki merkez At Tuhayta kenti, 25 Ekim 2019 Cuma günü sabahı, Yemen'deki İran'ın kollarından biri olan Husi terörist milisler tarafından bombalandı.*” (Aden 24, 25.10.2019).

Sonuç

Yemen'de Cumhurbaşkanı El Hadi ve yanlıları söylemlerinde Yemen kimliği vurgusu yaparken Ensarullah dini, Güney Yemen Komisyonu ise coğrafi bölgesel bir kimliği öne çıkarmaya çalışmaktadır. Başka bir ifadeyle El Hadi, ulusal kimlikle Yemeni bir çatı altında birleştirmeye çaba harcarken diğer gruplar bu üst kimliğe daha alt kimlikleri öncelemektedirler.

Ensarullah hemen hemen bütün Yemenlilerin inandığı İslamiyet dini kimliği ile halkı tek çatı altında bir araya getirebileceğini tahayyül etse de Güney Geçiş Konseyi,

sadece kendilerini ifade eden bölgesel kimlikte ısrar etmekte ve Yemen'den kopmaya çalışmaktadır.

Yemen sosyo-politik olarak çok farklı unsurlardan oluşsa da bu farklılıkları bir arada tutabilecek ortak dile, dini inanca ve etnik kökene sahip olmak gibi önemli avantajlara sahiptir. Hatta mezhepsel farklılıkların ulusal parçalanmaya sürükleyebilecek çeşitlilikte ve güçte olmadığı aşikârdır. Bu anlamda bakıldığında Yemen halkının ayrıştırılıp parçalanma potansiyelinin bir araya getirilmekten daha kolay olmadığı söylenebilir.

Haberlerde medya kendi desteklediği tarafın olumlu haberlerinde, öteki olarak konumlandığı tarafların olumsuz haberlerinde özneyi özellikle öne çıkararak vurgulamaktadır.

Ensarullah'ın İran tarafından desteklediği muhalif medyanın söylemlerinde sıkça vurgulanmakta ve bu oluşumun kukla olduğuna ve bölgede İran'ın çıkarlarına göre hareket ettiğine dair vurgular yapılmaktadır. Oysa kendilerini, mezhepçi değil, daha üst bir dini kimlikle, Müslüman kimliği ile betimlemektedirler.

Basın kuruluşları bütün tarafları birbirinden farklı olarak konumlandırmakta, desteklediği tarafın eylemlerini meşru göstermeye çalışırken öteki olarak gördüklerini “illegal”, “gayri etik”, “işbirlikçi”, “asi”... olarak nitelendirmektedir. El Hadi yanlısı *Al Sevra*, El Hadi hükümetini meşru yönetim, silahlı güçlerini ise ordu olarak betimlemekte ve Yemeni ayrılıkçılardan, işbirlikçilerden ve darbecilerden kurtarmaya çalıştığını ifade etmektedir. *Al Sevra*, Ensarullah'ı İran Yanlısı, Güney Geçiş Konseyi'ni ise darbeci olarak nitelendirmekte ve ülkenin birlik ve beraberliğini bozmakla itham etmektedir. Ensarullah savaşçıları “milis” olarak nitelendiren *Al Sevra*, bütün altyapıyı, köprü ve yolları tahrip edip yıkmakla suçlamaktadır. Bu olumsuz haberlerde özellikle özne vurgulanarak, olumsuz bir eylemde bulunan tarafı açıkça deşifre etme çabası görülmektedir. *Al Sevra*'da yer alan haberlerin söylemlerine göre Ensarullah'ın en önemli özelliği İran yanlısı işbirlikçi bir yapı olması ve onun çıkarları doğrultusunda hareket etmesidir. Ensarullah savaşçılarının milis olarak nitelendirilmesi onların meşru ve legal bir eylemde bulunmadığına işaret etmektedir. Ensarullah'ın diğer taraftan masum sivilleri hedef alıp öldürdüğü dile getirilmektedir. Bu nedenle Ensarullah'ın saldırılarına mani olmaya çalışan taraf veya güçler olumlu olarak nitelendirilmektedir. Bu da Arap ittifakı ve El Hadi'ye yakın güçlerdir. *Al Sevra*'nın söylemlerinde Suudi Arabistan ve İttifak üyelerinin Yemen'deki varlığını meşru görmektedir. Ayrıca El Hadi'nin İttifak güçlerine müdahale davetinin, bütün yollar denendikten sonra yapıldığı vurgulanmakta ve meşru hükümetin bu davetinin meşru olduğuna işaret edilmektedir. Dolayısıyla ittifak güçleriyle birlikte Suudi Arabistan'ın bölgedeki varlığı uluslararası hukuk açısından da meşrudur. Haberlerde iktidarı temsil eden El Hadi'nin askerleri ordu olarak tanımlanmaktadır. Ordu söylemi meşruiyete, milis ise yasadışılığa işaret etmektedir. *Al Sevra* Güney Geçiş Konseyi'ni ise darbeci ve meşru hükümete karşı ayrılıkçı mücadele veren taraf olarak betimlemektedir. BAE tarafından desteklediği vurgulanan Güney Geçiş Konseyi'nin silahlı güçleri de milis olarak nitelendirilmektedir.

Al-Mesire kanalının söylemlerinden Ensarullah'ın temel iddiasının inanç öncelikli bir Yemen'in kurulması olduğu anlaşılmaktadır. Ensarullah inanca dayalı bir kimlik

inşa etmeye çalışmakta ve Hazreti Muhammed'in hadislerinden örnekler vererek bu söylemlerini güçlendirmektedir. Kendileri aleyhinde olan tarafları kendi inançlarına, ahlaklarına, adetlerine karşı kültürel ve entelektüel savaşlar yürütmekle suçlamaktadır. Ayrıca kendi Müslüman kimliklerine saldıranları Kötü İttifak, ABD ve İsrail yanlısı olmakla eleştirmektedir. Dolayısıyla kendileri bütün bu güçlere karşı iman mücadelesi vermektedir.

Ensarullah kendilerini masum, karşı tarafı ise saldırgan olarak nitelendirirken, kendi savaşçıları silahlı kuvvetler olarak adlandırılmakta ve paralı askerlere karşı savaşmakta olduklarını vurgulamaktadır. Haberlerde Hudayda valiliğine sızma girişiminden söz edilirken Valiliğin meşru, sızma eyleminde bulunanların illegal ve suçlu olduğuna işaret edilmektedir. Bu söylemler Ensarullah'ın El Hadi hükümetini ve Suudi Arabistan öncülüğündeki koalisyon güçlerini meşru olarak görmediklerini açıkça ortaya koymaktadır.

Aden 24 medyasının söyleminden güneylilerin kendilerini coğrafi ve zihinsel olarak ayrı konumlandığı görülmektedir. İfadelerden Güney Yemen'in bağımsız bir devlet kurmayı amaçladığı ve kendi dışındakilerin bölgedeki varlığını işgal ve terör olarak nitelendirdiği anlaşılmaktadır.

BAE tarafından finanse edilen Güney Yemen Komisyonu sürekli olarak BAE'ye minnettarlıklarını sunmaktadır. Kendi silahlı güçlerini ise Güney silahlı kuvvetleri olarak tanımlamakta, bölgede bulunan diğer silahlı güçleri İhvan yanlısı teröristler, El Hadi'ye bağlı askerlerin varlığını ise işgal olarak nitelendirmektedirler.

Güney Geçiş Konseyi, Ensarullah'ı darbeci ve İran yayılmacı projesinin unsurları olarak değerlendirmektedir. Konseyi yetkililerinin açıklamalarından, diğer bölgelerden ayrıştıkları ve bağımsız bir devlet kuracakları niyeti görülmektedir. Güneyliler kendilerini ülkelerini işgale karşı savunan direnişçiler olarak, konumlandırırken, El Hadi yanlısı ordunun bölgedeki varlığını işgal olarak değerlendirmektedir. Başka ifade ile Güneyliler hem coğrafi olarak hem de zihinsel olarak kendilerini Kuzey Yemen'in bir parçası olarak görmemektedir.

Yemen'de yaşanan çatışmalar aslında neden değil, zihinsel ve kimliksel ayrışmanın bir sonucudur. Çatışan tarafların ortak bir Yemenlilik kimliğiyle bir araya gelmesinin oldukça güç olduğu söylenebilir. Bu kadar zihinsel ayrışma ve kopma süreci yaşayan toplumsal unsurlar bütün tarafların kabul ettiği, tanıdığı üst otoritelerin baskısıyla bir araya gelebilir. Ama bu tarz bir birliktelik bir potada kaynaşma şeklinde değil, bütün tarafların kendi kimlikleri be bölgesel varlıklarıyla bir bütünün ayrı parçaları şeklinde, siyasi terminolojiyle federasyon şeklinde ancak olabilir. Bunun için ise eşit vatandaşlık, özgürlük, adil yönetim, kaynakların adaletli bölüşümü, güven, eşit güç dağılımı gibi konuların yasal güvenceye bağlanması gerekmektedir.

Netice olarak Yemen'deki çatışmaların durması, ülkenin çöküşten ve parçalanmaktan kurtulabilmesi için güçlü bir uluslararası iradeye ve kimlik olarak ayrışan bu farklı kesimleri bir araya getirebilecek üst söylemlere ihtiyaç olduğu söylenebilir. Günümüzdeki Arap Koalisyon güçlerinin girişimiyle sorunun çözülmesi mümkün gözükmemektedir. Çünkü bizatihi bu koalisyon bir taraf olarak değerlendirilmektedir.

Kaynaklar

Aka, A. (2015). Öteki Kimliklerle Birlikte Yaşayabilme Olanakları Üzerine: Çanakkale İli Örneği. *International Journal Of Social Sciences and Education Research*. 1 .4, 1089-1101.

Al-Mesire. <https://www.almasirah.net/> Erişim Tarihi (4 Mayıs 2020).

Aden24. <http://aden24.net/> Erişim Tarihi (26 Haziran 2020).

Al Sevra. <https://althawra-news.net/> Erişim Tarihi (12 Mayıs 2020).

Alowaa, A. (2019). Siyasi Aktivizm Aracı Olarak Sosyal Medya: Yemen Örneği. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.

Avrupa Birliği'ndeki Güney Geçiş Konseyinin sitesi. (2018, 1 Nisan). *Almajlis Al'iintiqlihu Aljanubiu*. <https://stc-eu.org/ar/sueduebergangsrat/> (20 Haziran 2020).

Badi, R. (2015). *Almasar Alsiyasiu fi Al- Yemen Min Al-Mubadarat Alkhalijiat 'İlaa Asifat Alhazm*. *Siyasatarabiya Dergisi*.14,169-174.

Bauman, Z. (2018). *Kimlik*. Ankara: Heretik Yayıncılık. Ankara: Heretik Yayıncılık.

Binark, M. (2001). *Kadının Sesi Radyo Programı ve Kimliği Konumlandırma Stratejisi, Toplumbilim*. Ankara: Bağlam Yayınları.

Birleşmiş Milletler Çocuklara Yardım Fonu. (2019). *Taqir Alwade Alnsany fi Al-Yemen*. *Altaqir Alnusfi: Yanayir - Yunyu 2019*. Sana'a: UNICEF.

Boucek, K. (2010). *Alharb fi Saade: Min Tamarud Mahali 'iila Tahadi Vatani*. *Müasat Karingi Lilsalam Alduli*. <http://carnegieendowment.org/files/Yemen-AR.pdf> (19 Haziran 2020).

Boz, G. (2012). *Yeni İletişim Ortamlarında Dijital Kimlik ve Benlik Sunumu*. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: Marmara Üniversitesi SBE.

Bradley, H. (1996). *Fracturated Identity: Changing Patterns of Inequality*. Australia: Polity Press.

Çetinkaya, H. (1995). *Umutlarımızın Celladı Kimliklerimiz*. Ankara: Bilim Sanat Yayınevi.

Devran, Y. (2010). *Haber, Söylem İdeoloji*, İstanbul: Başlık Yayınları.

Durna, T ve Ç.Kubilay. (2010). *Söylem Kuramları ve Eleştirel Söylem Çözümlemeleri*. T. Durna (drl.). İstanbul: Libra Kitapçılık ve Yayıncılık .

ElCezire. (2019,24Nisan).*HarbAl-Yemen.RubuMilyonQatilWathlathtuSinariuhat*. <https://www.aljazeera.net/news/politics/2019/4/24/%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D8%B1%D8%A8-%D8%A7%D9%84%D9%82%D8%AA%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%86%D9-%85%D9%8A%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D8%A8%D8%B4%D8%B1%D9%8A%D8%A9> (12 Temmuz 2020).

El-Cezire. (2014, 7 Aralık). Cemaati El-Husi. <https://www.aljazeera.net/encyclopedia/movementsandparties/2014/12/7/%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%88%D8%AB%D9%8A%D9%88%D9%86> (15 Haziran 2020).

Embassy of the Republic of Yemen – Washington. (2017). Yemen’s Crisis and Threatened Transition. http://www.yemenembassy.org/wp_content/uploads/2017/02/Final-pol.pdf (20 Haziran 2020).

France24. (2014, 21 Eylül). Al-Yemen: İtifaq Bayn Alhuthiyen Wabaqi Al’atraf Alsiyasiat Ealaa Tashkil “Hukumat Kifa’at”. <https://www.france24.com/ar/20140921-%D8%A7%D9%84%D9%8A%D9%85%D9%86-%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%88%D8%AB%D9%8A%D9%88%D9%86-%D8%B3%D9%8A%D8%B7%D8%B1%D8%A9-%D8%B1%D8%A6%D8%A7%D8%B3%D8%A9-%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%B2%D8%B1%D8%A7%D8%A1-%D8%B5%D9%86%D8%B9%D8%A7%D8%A1> (15 Haziran 2020).

Gökalp, E. (2004). Kimlik, Farklılık ve Kimlik Siyaseti. Anadolu Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi.1.2, 59-78.

İmamoğlu, H., A. Şahin ve Y. Genç. (2015). Medya Aracılığıyla Yayılan Etnik Kimlik Olgusunun Psiko-Sosyal açıdan Suç Korkusuna Etkisi. A. Solak ve Ö. Solak (Ed.). Gündelik Hayat Sosyolojisi açısından Suç ve Suç Korkusu içinde. Ankara: Serya Yayıncılık, 272-286.

Kınacı, C. (2016). Kazak Edebiyatında İmaj ve Kimlik (1925-1991). Ankara: Bengü Yayınları.

Komisyon. (2008). El-Hûsiyye fi’l –Yemen el-İtma’ el-Mezhebiyye fi Zilli’t-Tehavvülâti’d-Düveliyye. Sana’a: Merkezi’l-Cezireti’l-Arabiyye li’d-Dirasat ve ‘l-Buhus.

Kökpınar Kaya, E. (2017). Konuşma ve Kimlik Ekseninde Söylem Çözümlemesi. N. Büyükkantarçioğlu, I. Özyıldırım ve E. Yarar (Ed.). 45. Yıl Yazıları içinde. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Yayınları, 245-254.

Morin, E. (1995). Avrupayı Düşünmek. Ş. Tekeli (Çev.). İstanbul: Afa Yayınları.

Moyer, J., D. Bohl, T. Hanna, B. Mapes & M. Rafa. (2019). Assessing the Impact of War on Development in Yemen. Sana’a: United Nations Development Programme (UNDP).

Sakallı, N. (2010). Sosyal Etkiler: Kim, Kimi Nasıl Etkiler? 3. Baskı. Ankara: İmge Kitabevi.

Smith, A. (1999). Milli Kimlik. Bahadır Sina Şener (Çev.), İstanbul: İletişim Yayınları.

Şentürk, R. (2018). Küresel Kimlik Bunalımı. Türkiye İletişim Araştırmaları Dergisi. Özel Sayı, e181-e216.

Şinbari, S. (2016). Alsiyasatu Alsaudyatu Tijah Al- Yemen fi Daw' Tahawülat Alhirak Alshaabi'i Al-Yemenii 2011 - 2015. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazze: El-Ezher Üniversitesi.

United Nations Statistics Division. (2016, 14 Ocak). Country Profile (Yemen). http://data.un.org/CountryProfile.aspx/_Docs/CountryProfile.aspx?crName=Yemen (4 Temmuz 2020).

Wetherell, M. and N. Edley. (2014). A Discursive Psychological Framework for Analyzing Men and Masculinities. *Psychology of Men & Masculinity*. 15.4, 355-364.

Wihdat Tahlil Alsiyasat fi El-markez El-Arabi. (2012). Yemen ve El Kaide. Doha: El-Merkez El-Arabi Lil'abhath Wadirasat Alsiyasat.

Zobar, J. (4-6 Ekim 2019). Bir Kitle İletişim Aracı Olarak Sosyal Medya ve Kimlik İlişkisi. II. İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Kongresi. Balıkesir: Bandırma Onyedü Eylül Üniversitesi Yerleşkesi, 711-725.