

Yıl: 2020
Cilt: 2
Sayı: 1

BİLİMSEL/HAKEMLİ

ANADOLU AKADEMİ

SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ

ANADOLU AKADEMİ SOSYAL BİLİMLER DERGİSİ
(BİLİMSEL / HAKEMLİ/ YILDA 2 SAYI YAYINLANIR)

CİLT 2 / SAYI 1
OCAK - 2020

SORUMLU EDITÖR VE İMTİYAZ SAHİBİ

Doç. Dr. Üyesi Mustafa KARACA
Anadolu Üniversitesi

TEKNİK SORUMLU ve EDITÖR YARDIMCISI

Doç. Dr. Özgür Demirtaş
Kayseri Üniversitesi

BİLİM KURULU

- Prof. Dr. A. Asuman Akdoğan / Erciyes Üniversitesi**
Prof. Dr. Ayhan Biber / Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Ayhan Öztürk / Cumhuriyet Üniversitesi
Prof. Dr. Başak Solmaz / Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz Anık / Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Dilaver Tengilimoğlu / Atılım Üniversitesi
Prof. Dr. Enver Aydoğan / Hacı Bayramı Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Emel Karayel Bilbil / Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Farzand Ali Jan COMSATS / Institute of Information Technology
Prof. Dr. Filiz Balta Peltekoğlu / Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Füsün Topsümer / Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Hakkı Büyükbaş / Kayseri Üniversitesi
Prof. Dr. Hanife Güz / Hacı Bayramı Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Hüsna Leila Yüsrân
Prof. Dr. İdil Sayımer / Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Kadir Canöz / Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mahir Nakip / Çankaya Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Fatih Köksal / Amasya Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Marangoz / Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Sezai Türk / Hacı Bayram Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Metin Kazancı / Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Metin Işık / Sakarya Üniversitesi
Prof. Dr. M. Nejat Özüpek / Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Mine Saran / Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Muhammad Zia-Ur-Rehman / National Defence University
Prof. Dr. Mustafa Çakır / Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Müge Elden / Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Nilay Başak Yurdakul / Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Nurettin Güz / Hacı Bayram Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer Bakan / Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. K. Özkan Ertürk / Düzce Üniversitesi
Prof. Dr. Raci Taşçıoğlu / Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar Öge / Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Şahinde Yavuz / Karadeniz Teknik Üniversitesi
Prof. Dr. Süleyman Karaçor / Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Tahir Rashid / University of Salford
Prof. Dr. Uğur Yozgat / İstanbul Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Ümit Arklan / Süleyman Demirel Üniversitesi
Prof. Dr. Yusuf Devran / Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Zeyyat Sabuncuoğlu / İstanbul Ticaret Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Cin / Akdeniz Üniversitesi
Doç. Dr. Aykut Arslan / Piri Reis Üniversitesi
Doç. Dr. Burcu Eker Akgöz / Bahçeşehir Üniversitesi
Doç. Dr. Burcu Öksüz / İzmir Kâtip Çelebi Üniversitesi
Doç. Dr. Cavit Yavuz / Ordu Üniversitesi
Doç. Dr. Demet H. Sabuncuoğlu Özerbaş / Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Erkan Turan Demirel / Fırat Üniversitesi
Doç. Dr. Eyüp Akbulut / Atatürk Üniversitesi
Doç. Dr. Ferit Bulut / Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Doç. Dr. Fuat Ustakara / Gaziantep Üniversitesi
Doç. Dr. Gülcan Işık / Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. İsmail Sevinç / Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Kadir Dabbağoğlu / Arel Üniversitesi
Doç. Dr. Kenan Güllü / Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Kubilay Özyer / Gaziosman Paşa Üniversitesi
Doç. Dr. Mahir Hamidov Amea Z. / Bünyadov Serqşunaslıq Institut-Azerbaycan
Doç. Dr. Murat Sezgin / Uşak Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa Durmuşçelebi / Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Simge Ünlü / Sakarya Üniversitesi

Doç. Dr. Mustafa Karaca / Anadolu Üniversitesi
Doç. Dr. N. Öykü İyigün / İstanbul Ticaret Üniversitesi
Doç. Dr. Nilsun Sarıyer / Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Özgür Demirtaş / Kayseri Üniversitesi
Doç. Dr. Özgür Selvi / Kırıkkale Üniversitesi
Doç. Dr. Rızvan Sulejmani / Universiteti Nënë Tereza
Doç. Dr. Sema Polatçı / Gaziosman Paşa Üniversitesi
Doç. Dr. Usman Ghani / American University of Sharjah
Doç. Dr. Vahit İlhan / Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Vasilis Leontitsis / Brighton University UK-İngiltere
Doç. Dr. Yeter Demir Uslu / Medipol Üniversitesi
Doç. Dr. Zülfiye Acar Şentürk / Uşak Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali Bayram / Samsun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi A. Bahadır Darı / Yalova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ataullah Shah / Allama Iqbal Open University
Dr. Öğr. Üyesi Birgül Taşdelen / Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Emrah Aydemir / Fırat Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ersin Diker / Gümüşhane Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Halil Akmeşe / Necmettin Erbakan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Sena Köseadağ / Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Muharrem Ekşi / Kırklareli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat Koçyiğit / Necmettin Erbakan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Tamer Kavuran / Fırat Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Yasin Meral / Ankara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Zekiye Temer Gencer / Cumhuriyet Üniversitesi
Dr. Fulya Almaz / Akdeniz Üniversitesi
Dr. Dilek Ulusal / Kırıkkale Üniversitesi
Dr. Zeynep Öztürk Yaprak

YAYIN KURULU

- Prof. Dr. Murat Yakar** / Mersin Üniversitesi
Doç. Dr. Hakan Akdağ / Mersin Üniversitesi
Doç. Dr. Özgür Demirtaş / Kayseri Üniversitesi
Doç. Dr. Aykut Arslan / Piri Reis Üniversitesi
Doç. Dr. Simge Ünlü / Sakarya Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali Bayram / Samsun Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi A. Bahadır Darı / Yalova Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Kürşad Emrah Yıldırım / Anadolu Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Halil Özcan Özdemir / Ahi Evran Üniversitesi
Dr. Fulya Almaz / Akdeniz Üniversitesi
Dr. Dilek Ulusal / Kırıkkale Üniversitesi
Dr. Zeynep Öztürk Yaprak
Öğr. Gör. Faruk Sadıç / Abdullah Gül Üniversitesi
Arş. Gör. Mehmet Ali Gazi / Trabzon Üniversitesi
Arş.Gör. Caner Çakı / İnönü Üniversitesi
Arş. Gör. Nazlı Nur Uz / Anadolu Üniversitesi
Arş. Gör. Kübra S. Yüzüncüyl / Sakarya Üniversitesi

REDAKSİYON

Tuğba Mutlu / Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

<http://dergipark.gov.tr/anadoluakademi>

İÇİNDEKİLER / CONTENT

Gazipaşa'da Bilhoslu Fıkra Tipi ve Bilhos Fıkraları

Bilhos Anecdote of Type and Bilhos Anecdote in Gazipaşa
Melike Küçüktuncer 1-8

Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Balıkesir Örneği

Social Media Usage Habits Balıkesir Example
Özay Nuri Aksoy 9-24

Âşık Seyrani'nin Şiir Dünyasında Atasözlerinin Yeri

The Place of Proverbs in the Poetry World of Âşık Seyrani'
Abdurrahim Yıldız 25-32

Çalışanların Tükenmişlik Seviyelerinin R Programı ile Analizi

Analysis of Employee Burnout Levels with R Program
Dr. Öğr. Üyesi Halil Özcan Özdemir - Prof. Dr. Ufuk Karadavut
Uzm. Galip Şimşek 33-54

Yapay Zekâ ve Vergi Uygulamalarına Etkisi

Artificial Intelligence and Its Effects on Tax Applications
Dr. Öğr. Üyesi Deniz Turan 55-70

Soğuk Savaş Dönemi'nde Özgür Avrupa Radyosu'nu Konu Alan

"Gerçekliğin Kuleleri" Adlı Kısa Film Üzerine İnceleme

The Examination on the Short Film "The Towers of Truth" Regarding
Free European Radio in the Cold War

Dr. Hakan Aşkan - Dr. Öğr. Üyesi Aytuğ Mermer Üzümlü 71-92

Günümüzde Şiddetin Medya Aracılığıyla Pazarlanması ve Ürünlerin Sanatsal Şiddete Dönüşerek Estetikleşmesi

Today's Marketing of Violence Through Media and Aestheticization of the Products Through Turning to Artistic Violence

Arzu Çevikalp 93-112

Avrupa Sosyal Şartı Çerçevesinde Türkiye’de Kadın İşgücünün Değerlendirilmesi: Eskişehir Özel Sağlık Sektörü Örneği

An Evaluation of Female Labor Force in Turkey within the Context of the European Social Charter: A Case Study For Private Health Sector in Eskisehir

Dr. Dilara Ünüvar Ünlüoğlu - Doç. Dr. Zerrin Sungur Taşdemir 113-130

Gürültülü Çalışma Ortamının Çalışanlar Üzerindeki Psikososyal Etkilerinin İncelenmesi: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma

Investigation of the Psychosocial Impact of Noisy Working Environment on Employees: An Empirical Study in the Textile Sector

Fatih Ulukaya - Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Zahid Çögenli 131-140

Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medyada 2019 Yerel Seçimlerindeki Muhtar Adaylarının Instagram Kullanımları

Instagram Uses of the Culture Candidates in the Social Media 2019 Local Elections As A Political Communication Tool

Doç. Dr. Ayda Sabuncuoğlu İnanç - Yasin Bozdemir - Esra Doğan 141-162

Gazipaşa'da Bilhoslu Fıkra Tipi ve Bilhos Fıkraları
Bilhos Anecdote of Type and Bilhos Anecdote in Gazipaşa
*Melike Küçüktuncer**

Başvuru Tarihi: 27.12.2019
Kabul Tarihi: 13.02.2020

Özet

Sözlü kültür ortamında icra edilen ve bu şekle nesilden nesle aktarılan fıkralar, halk edebiyatının en fazla örneğe sahip türlerindedir. Yüzyıllardır sözlü gelenekte yaşayan fıkralar, içinden çıktıkları toplumun duygusunu ve düşüncelerini, mizah gücünü ve zekâsını yansıtır. Çünkü fıkralar konularını, çevrenin dikkatini çeken olaylardan, iz bırakan sorunlardan, günlük hayattaki sıkıntılardan ve çarpıklıklardan alır. Fıkraların baş kahramanları fıkra tipleridir. Makalemizde Antalya ilinin Gazipaşa ilçesinin Bilhos köyüne bağlı olarak oluşan Bilhoslu mahalli fıkra tipi incelenmiştir. Gazipaşa bölgesinde çok meşhur olan Bilhoslu fıkra tipi ve Bilhos fıkraları üzerine bugüne kadar herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Yaptığımız çalışmada fıkra tipinden bahsedildikten sonra Bilhos fıkralarından örnekler verilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Fıkra, Bilhos, fıkra tipi, mizah

Abstract

The anecdotes, which are performed in an oral culture environment and transferred from generation to generation in this way, are among the most exemplary types of folk literature. The anecdotes that have been in the oral tradition for centuries reflect the feelings and thoughts, humor and intelligence of the society from which they come from. Because anecdotes take their subjects from the events that attract the attention of the environment, the problems that leave their mark, the troubles and distortions in daily life. The protagonists of anecdotes are anecdotes of types. In our article, the type of jurisdiction of Bilhosian locality formed under the Bilhos village of Gazipaşa district of Antalya province was examined. To date, there has been no study on the Bilhos anecdotes of type and Bilhos anecdotes, which are very famous in the Gazipaşa region. In our study, examples of Bilhos anecdotes are given after mentioning the anecdotes of type.

Keywords: Anecdotes, Bilhos, Type of Anecdote, Humor

* Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Halk Edebiyatı Tezli Yüksek Lisans Öğrencisi, melikekucuktuncer@gmail.com, ORCID: 0000-0002-9958-7942

Giriş

İnsan, doğası gereği gülmeye ihtiyaç duyar. Fakat gülme eylemi kendi kendine ortaya çıkmaz. İnsanoğlu bir sebep dolayısıyla bu eylemi gerçekleştirir. Türk milletinin gülmesini sağlayan en önemli unsurlardan biri de folklor ürünlerimizden biri olan fıkralardır. Fıkralar halk arasında ortaya çıkmış olan güldürü unsurlarıdır. Fıkraların iyi ya da kötü olarak sınıflandırılmasını sağlayan en önemli ölçüt fikranın ne kadar komik olduğudur. Gazipaşa ilçesinin Bilhos köyünde ortaya çıkmış olan Bilhos fıkraları yöre halkı tarafından iyi fıkra olarak sınıflandırılmıştır. İlçe merkezine 28 kilometre uzaklıkta olan Bilhos (Gürçam) köyü fıkralarıyla ünlü bir köydür. Yamaç ve dik bir arazi üzerine kurulmuş olan köyün nüfusu köyün nüfusu 237dir. Orman işçiliği, kömürcülük, tarım ve hayvancılık köy halkının geçim kaynakları arasındadır. 1960'larda köylere Türkçe isim vermek için köyün adı Gürçam olarak değiştirilmiştir fakat halk hâlâ Bilhos adını kullanmaktadır.

Fıkra ve Fıkra Tipi

Fıkra

Sözlü edebiyat ürünlerinden olan fıkralar, insanları güldüren ve insanlara ders vermeyi amaçlayan halk anlatılarıdır. Fıkra, gerçek hayat ile bağlı olan vak'aları, tam bir fikri, sosyal ve beşeri kusurları, günlük yaşantımızda karşılaştığımız çarpıklıkları, gülünç durumları, tezatları, eski/yeni çatışmalarını ince bir mizah, hikemi bir söyleyiş, keskin bir istihza ve güçlü bir tenkit anlayışına sahip bir üslup içinde, dramatik öğeleri ağır basan bir hikâye çatısı etrafında toplayarak, genellikle bir tipe bağlı olarak anlatan, nesir diliyle yaratılmış küçük hacimli sözlü edebiyat kompozisyonlarından her birine verilen addır (Yıldırım, 1992: 333) .

İnce bir mizahla güldürürken düşündürülen fıkralarda; ayrıntılara, uzun tasvirlerle, sanatlı ve süslü cümlelere yer verilmez. Fıkralar, yapısında nükte ve eleştiri bulunan kısa anlatılardır. Genellikle, çatışmaları, sosyal çarpıklıkları dile getiren fıkralar, sade, açık ve anlaşılır bir anlatım özelliğine sahiptir.

Günlük hayatta en sık karşılaştığımız halk anlatılarından biri olan fıkralar; başlangıç, giriş ve gelişme bölümlerine sahiptir. Fakat bu bölümler oldukça kısa ve yoğundur. Çünkü fıkraların en önemli özelliklerinden biri kısa olmalarıdır. Dolayısıyla olaylar uzun uzun anlatılmaz. Fıkralar hem kısa olmaları hem de güldürü unsuru barındırmaları dolayısıyla daima insanların ilgisini çekmiştir. Bu yüzden fıkralar sadece Türkiye Türklerinin halk edebiyatında değil, Türkiye dışındaki Türk boylarının halk edebiyatlarında da oldukça büyük öneme sahiptir. Türkiye dışındaki Türk boylarında bu mahsullere, Kırım'da, Kozan'da, Azerbaycan'da, Türkmenistan'da, Özbekistan'da ve Uygurlar'da Latife, Kazakistan'da erteki, anız, Irak Türkmenleri (Kerkük, Musul) arasında nükte, fıkra adı verilmekte ve bizdeki fıkra ile eş anlamda işletilmektedir. Ayrıca Türkmenlerde yomak, değişme ve şorta söz gibi tabirlere de rastlanmaktadır. (Yıldırım 1999: 4). Yukarıda adı verilen boylardan yola çıkarak fikranın hemen hemen her Türk boyunda kendine yer edindiğini söyleyebiliriz.

Fıkra Tipi ve Biloslu Fıkra Tipi

Fıkra tipi, fıkradaki olayın kahramanıdır. Fıkralarda anlatılan tipler, topluma mal olmuş kişilerdir ve bu kişiler ortak bir düşüncenin ürünüdür. Fıkra tipinin asıl görevi, bağlı bulunduğu

toplumun düşünce yapısını ve o toplumun içindeki davranış biçimlerini temsil etmektedir. Fıkra tipleri yaşamış ya da yaşayan kişiler olabileceği gibi gerçekte var olmayan fakat çeşitli özelliklerle kişilik vasfı kazanmış tipler de olabilir.

Dursun Yıldırım fıkra tiplerini yedi ayrı başlık altında değerlendirmiştir:

1- Ortak şahsiyeti temsil yeteneği kazanan ferdi tipler

- a. Türkçe'nin konuşulduğu coğrafi alan içinde ve dünyada ünlü kabul edilen tipler: Nasreddin Hoca
- b. Türk boyları arasında tanınan tipler tipler: Incili Çavuş, Bekri Mustafa, Esenpulat, Ahmet Akay, Kemine
- c. Türk boyları arasında halkın ve zümrelerin ortak unsurlarının birleştirilmesinden doğan tipler: Bektaşî, Aldar Köse
- d. Aydınlar arasından çıkan tipler: Haşmet, Koca Ragıp Paşa, Mirali, Nasreddin Tüsi, Keçecizade İzzet Molla
- e. Mahalli Tipler
- f. Belli bir devrin kültürü içinde yaşatılan tipler: Karagöz

2- Zümre tipleri

3- Azınlık tipleri

4- Bölge ve yöre tipleri

5- Yabancı fıkra tipleri

6- Gündelik fıkra tipleri

- a. Aile fertleri ile alakalı tipler: Ana-baba, karı-koca, kaynana, baba-çocuk, anne-çocuk
- b. Mariz ve kötü tipler: Deli, hasis, cimri, kör, topal, sağır, dilsiz, hırsız, dolandırıcı, eşkiya, yankesici, bıçkın
- c. Sanat ve meslekleri temsil eden tipler: Ressam, şair, doktor, avukat, bezirg~n, bakkal, kasap, molla, imam, kadi, asker

7- Moda Tipler (Yıldırım, 1999: 24).

Nasreddin Hoca gibi milli fıkra tipleri olduğu gibi mahalli fıkra tipleri de vardır. Mahalli fıkra tiplerinde açık göz, bilgili, bilgisiz, uysal, vurdumduymaz, utangaç, atak, şaşkın, kurnaz, korkak, atılgan gibi çelişik durumlar bulunur (Artun, 2013: 16). Pertev Naili Boratav mahalli fıkra tipini, "Farklı 'kavmi' asıllardan toplulukların birbirleri üzerine ya da herhangi bir bölge, bir kasaba, bir köy halkının başka bir bölge bir kasaba ya da bir köy halkı üzerine anlattıkları hikâyeler de ayrı bir çeşit meydana getirirler; bunlar bir toplumun kendinden olmayanları,

onların saflıklarıyla tuhafıklarıyla alay edip gülme amacıyla uydurulan hikâyelerdir” şeklinde açıklar (Boratav, 1995: 103). Mahalli fıkra tipleri genellikle belirli bölgelerde meşhur olan tiplerdir. Antalya'nın Gazipaşa ilçesine bağlı Bilhos (Gürçam) köyünde ortaya çıkan ve zamanla tüm ilçeye yayılan fıkralarda mahalli fıkra tipi, Bilhosludur. Bu fıkralar genellikle, “Bilhoslunun biri...” şeklinde başlar. Fıkralarda Bilhosluları; saf, komik, hazırcevap, genellikle mantıksız işler yapan, işin sonunu düşünmeden hareket eden bir tip olarak görürüz. Çünkü fıkralarda gördüğümüz üzere akla ve mantığa sığmayacak şekilde saçma olan fikirler çoğu zaman Bilhoslulara mantıklı gelmiştir. Bu yüzden, halk arasında mantıksız bir fikir ortaya atan ve işin sonunu düşünmeden hareket eden insanlara “Bilhoslu gibi konuşma”, “Sen Bilhoslu musun?” gibi cümleler kurulur. Bu durum Bilhoslu fıkra tipinin ortaya çıkmasını sağlayan en büyük etkidir.

Bilos Fıkraları

Kurban

Biloslunun birinin bir ineği varmış. Bir gün inek hastalanmış. Köylülerden biri adam akıl vermiş ve “15 gün oruç tut, dua et, kurban kes ineğin iyileşir” demiş. Biloslu, adamın dediğini yapmış ve inek gerçekten iyileşmiş. Aradan beş on gün geçmiş inek tekrara hastalanmış fakat bu sefer zavallı hayvan iyileşememiş, ölmüş. Biloslu, inek ölünce Allah'a kafa tutmuş, “O kadar şey yaptım ama ineğim yine de öldü. Tuttuğum 15 gün orucu Ramazan'dan düşeceğim, kestiğim kurbanı da seneye Kurban Bayramı'nda keseceğim kurbanı sayacağım” demiş. (K.K.1-ZB)

Adana'nın Valisi

Bir gün, Biloslular'ın ekin ektiği tarlalarına bir deve girmiş. Köylüler daha önce hiç deve görmedikleri için, korkularından devenin yanına yaklaşamıyorlarmış. Uzaktan deveye korkuyla bakan köylüler, deve ekinleri yediği halde deveyi tarladan çıkarmaya cesaret edememiş. Bakmışlar ki deve ekinleri yedi bitirdi, buna bir çözüm bulmak lazım. Başka köyden birinin yanına gitmişler; durumu anlatarak yardım istemişler. Adam :“ Taşa atın, sopalarla kovalayın, kaçır gider o” demiş. Biloslular tekrar tarlanın başına gelmişler, bırakın taş atmayı, sopayla kovalamayı, deveye gözükmek için saklanarak köye geri gelmişler. Diğer köylüler: “ Ne yaptınız, çıkardınız m o şeyi tarladan? ” diye sormuşlar. Biloslular ise: “ Nasıl çıkaralım ya! Yerden alıp gökte yiyor, ya Adana'nın valisi ya da Goca Allah'ın kendisi” demişler. (K.K.2-F.Ö)

Büyük Taş

Bilos köyünün tam üstünde büyük bir kaya varmış. Kaya öyle bir yerde duruyormuş ki bütün köylüler, bir gün taşın yuvarlanmasından ve köyün üstüne gelmesinden korkuyorlarmış. Köylüler toplanmış ve kayayı olduğu yerden kaldırmaya karar vermişler. Nasıl yapsak da bu kayayı yerinden kaldırsak diye düşünürlerken; içlerinden biri: “Kayanın üstüne yağ dökelim, köyün köpeklerine yalatalım, böylece köpekler, taşı da yalayarak bitirir” demiş. Köylülere bu fikir gayet mantıklı gelmiş, hepsi birleşmiş, taşın her tarafına yağ sürmüşler. Köyün bütün köpeklerini de götürmüşler, köpekler yağı yalamış fakat taş olduğu yerde kalmış. Taş olduğu yerde kalınca, Biloslu'nun biri, yeni bir fikir ortaya atmış: “Siz bana eski çullardan birini

getirin, ben çulu üstüme örtüp bekleyeyim. Siz yukardan taşı yuvarlayınca ben birden önüne çıkar taşı korkuturum; o da korkunca başka tarafa gider” demiş. Biloslu’lar hep beraber taşı yuvarlamaya gitmişler. Biloslu üzerine çulu iyice sarmış, taşın biraz aşağısında beklemeye başlamış. Köylüler zor bela taşı yuvarlamışlar. Aşağıda bekleyen Biloslu taş tam üstüne geldiği anda önüne çıkıp: “bö” diyerek taşı korkutmaya kalkmış fakat taş adamı ezip geçmiş. (K.K.3-H.K)

Ekin

Biloslunun biri her sene ekin ekiyormuş. Hasat zamanı geldiğinde ise ektiği kadar buğday alıyormuş. Buğdayı bir gram bile artırmıyormuş. Yine bir gün ekin ekmiş ama bu sefer Allah ile ortağız diye düşünmüş. Hasat zamanı gelmiş, adam heyecanla tarlaya gitmiş. Bu defa ektiği buğdayın 6-7 katı buğdayı olmuş. Sıra bölüşmeye gelmiş. “Ee nasıl bölüşelim şimdi” diye düşünmüş. Sonra “Bir çuval bana, bir çuval ona” demiş. Sonra durmuş düşünmüş “Ya benimle emek mi çekti, 2 çuval bana, 1 çuval ona” demiş. “Yok olmadı, 3 çuval bana, 1 çuval ona” derken karşı tarafa hiç buğday vermemiş. O gün hava da biraz kötüyümüş, şimşekler çakmaya başlamış. Ardından yağmur yağmış ve fırtına çıkmış. Adamın önünde hiç buğday kalmamış. Bu duruma canı sıkılan adam “Boşuna yazık ettin, ne sana kaldı ne bana kaldı” demiş. (K.K.4-M.Ö)

Atmaca

Bir gün Bilosluarın tavuklarına atmaca dadanmış. Atmaca, tavukları kaçırap Bozkaya’da yiyormuş. Bilosluların ihtiyar heyeti buna bir çözüm bulabilmek için toplanmışlar, atmacayı yakalayıp tavuklarını kurtarmak istemişler. Ertesi gün Bozkaya’ya gitmişler, uçurumun başına varmışlar. En güçlü Biloslu, orada bulunan ağaca tutunmuş, diğerleri sırayla ona tutunarak uçurumdan aşağıya sarkmışlar. Fakat atmacanın yuvasına ulaşamamışlar. En güçlü Biloslu: “Siz yamaca tutunun, ben elimi bir sağlamlaştırayım, güç toplayayım” demiş. Diğerleri yamaca tutunmak için ellerini bırakınca uçurumdan düşmüşler. Bu olay üzerine en güçlü olan adam, köye dönmüş, olanları anlatmış. Köylüler: “Bu işin peşini bırakalım. Hiç olmazsa yarı yarıya çalışalım, yarısını o yesin yarısını biz yiyelim.” demişler. (K.K.5-M.Ö)

Tuz Ekme

Biloslular bir gün tarlaya tuz ekmişler. Günler geçmiş fakat tuzlar çıkmamış. Biloslu’nun bir tanesi tarlada gezerken bakmış, taşların üzerinde sinekler dolaşiyor. Hemen diğer köylüleri çağırmış: “ Ben tuzun tohumunu yiyen şeyi buldum, sinek yemiş bütün tohumları” demiş. Köylüler hemen sinek avlamaya başlamışlar. Taşlarla, sopalarla biraz uğraşmışlar ama sinekler bir türlü bitmemiş. Elllerine tüfeklerini alıp sinek avlamaya başlamışlar. Köylünün birini alına bir sinek konmuş. Arkadaşına; “ hiişşt, hiişşt! ” diyerek seslenmiş ve alındaki sineği işaret etmiş. Biloslu gelmiş, adamın alındaki sineği vurmuş. Hem sinek hem de adam ölünce “Bir sizden bir bizden” demiş. (K.K.6-E.Ö)

Yassı Tavuk

Seçim çalışmaları döneminde partililer Bilos köyüne giderler. Köyün girişinde bulunan yolda yanlışlıkla bir tane tavuğu arabayla ezerler. Partilerini de halkın gözünde iyi gösterebilmek için ve halktan tepki almamak için geri dönüp ezilen tavuğu alırlar ve “Köyde tavuğun sahibi kimse

parasını verelim” derler. Köy meydanında toplanan kalabalığa tavuğu göstererek: “Bu tavuk kimin?” diye sormaya başlarlar. Fakat bir türlü tavuğun sahibi ortaya çıkmaz. Kalabalığın içinden birisi: “Bu tavuğun kimin olduğunu muhtar bilir. Ona soralım” der. Muhtarı çağırırlar. Ona “Bu tavuk kimin?” diye sorarlar. Muhtar tavuğu iyice inceler ve “Bu tavuk bizim köyden birinin değil. Bizim köyde böyle yassı tavuk olmaz” der. (K.K.7-F.T)

Ortak Hasat

Bilos köyünde dağın yamacında boş bir arazi varmış. Köylüler bu araziye değerlendirmek istemişler. Fakat arazinin bir kısmı komşu köyün sınırları içerisindeymiş, bu yüzden Biloslular komşu köyle ortak bir şeyler ekmeyi düşünmüşler. Biloslular komşu köye gidip bu durumu anlatmışlar, köylüler: “Tamam, yarısı sizin olsun yarısı bizim olsun” demişler. Biloslular: “Öyle olmasın, başı birimizin dibi birimizin olsun” demişler. Tarlaya fıstık ekmeğe karar vermişler. Biloslular “Biz bu fıstığın dibini görmüyoruz, başını görüyoruz o yüzden başı bizim olsun” demişler. Komşu köyden olanlar bu teklifi kabul etmişler. Fıstığı ekmişler, hasat zamanı gelince dibi yani fıstıklı kısmı komşu köyden olanlara, başı yani işe yaramaz kısmı Biloslulara kalmış. Aradan zaman geçmiş, tarlaya ekin ekmeğe karar vermişler. Biloslular “Bu defa dibi bizim, başı sizin olsun” demişler. Komşu köyden olanlar bu teklifi de kabul etmişler. Hasat zamanı gelmiş, ekinin buğdaylı kısmı komşu köye, dibi yani işe yaramaz kısmı Biloslulara kalmış. (K.K.8-N.Ö)

Su Şebekesi

Zamanında Bilos köyünde su şebekesi yokmuş. İnsanlar bu duruma bir çözüm bulmak için düşünüp duruyorlarmış. Bir gün içlerinden biri: “Kurban Bayramı’nda ben bu köye su getireceğim” demiş. Köylüler heyecanla suyun geleceği günü beklemeye başlamışlar. Kurban Bayramı gelmiş, suyu getireceğini söyleyen Biloslu, ev ev gezerek herkesin kurbanının bağırsaklarını toplamış. Bağırsakları güzelce yıkamış ve uç uca ekleyerek boru haline getirmiş, çeşmenin borsuna takmış. Biloslu gereçten de söz verdiği gibi köye suyu getirmiş. Herkes şaşırmış ve çok mutlu olmuş, “Bu adam çok büyük adam, biz bu adamı muhtar seçelim” diye düşünerek suyu getiren adamı muhtar yapmışlar. Akşam adamın evinde yemişler, içmişler sonra herkes evine dağılmış. Sabah olunca bir de bakarlar ki, Bilosluların su borularını yani bağırsakları köpekler yemiş. (K.K.9-M.E)

Kara Bülle

Bir gün, Bilosluların tavuklarına bir atmaca dadanmış. Atmaca her gün bir tane tavuğu kaçırıp yiyormuş. Köylüler bu duruma bir çare aramaya başlamışlar. En sonunda kendi aralarında konuşmuşlar ve tavukları birbirine bağlama kararı almışlar. Köydeki tavukları birbirine ipe bağlamışlar en sona da kara bülle kalmış. Ertesi gün atmaca yine gelmiş ve tavuğun birini yakalamış. Fakat ipe birbirine bağlı olan tavuklar sırayla havalanmaya başlamış. Atmaca bütün tavukları götürmeye başlamış. Bu duruma şaşırın köylüler bütün umutlarını en sondaki kara bülleğe bağlamışlar ve hep bir ağızdan bağırmaya başlamışlar: “Yek ver kara büllem, yek ver!” (K.K.10-A.K)

Saklambaç

Biloslular bir gün hep birlikte saklambaç oynarlar. İçlerinden biri oyun başlar başlamaz bulunuyormuş. Adamın bu duruma canı sıkılır, “İyi bir yere saklanayım da bulamasınlar beni” diye düşür. Adam, köye bir kilometre uzaklıkta bulunan beton bir büzün içine saklanır. Diğerleri her tarafı ararlar ama adamı bir türlü bulamazlar. Adam da köylüleri beklerken büzün içinde uyuyakalır. Aradan bir gün geçer, adam uyanır. Kimsenin kendisini bulamadığını fark eden adam, köye döner ve köylülere: “Bulacaksınız bulun, yoksa ben oynamayacağım” der. (K.K.11-H.K)

Sonuç

Kısa ve özlü bir anlatıma sahip olan fıkralar, toplum tarafından kolaylıkla kabul görmüş olan ve nesilden nesle aktarılan hikâyeciklerdir. Zekâ ve mizahın uyumuyla ortaya çıkan fıkralar Türk halk edebiyatında önemli bir yer tutar. Mizahı ve güldürü unsurlarını seven bir millet olduğumuz için Anadolu’da mahalli fıkra tipleri üzerinde yıllardır pek çok çalışma yapılmıştır. Aynı zamanda mahalli fıkra tiplerinin kahramanlığını yaptığı fıkralar, halk arasında çok meşhurdur. Makalemizde Gazipaşa’nın Bilhos köyünde ortaya çıkmış olan Bilhoslu fıkra tipi ve bu tipin yaşadığı maceraları anlatan Bilhos fıkraları ele alınmıştır. Örnek verdiğimiz fıkralarda Bilhoslu fıkra tipinin genellikle mantıksız işler yapan ve işin sonunu düşünmeden hareket eden bir tip olduğunu gösterdik.

Kaynakça

- Artun, E. (2013). *Çukurova Halk Kültüründe Mizah*. Adana: Karahan.
- Boratay, P. N. (1995). *100 Soruda Türk Halk Edebiyatı*. İstanbul: Gerçek.
- Sakaoğlu, S. (1992). *Türk Fıkraları ve Nasreddin Hoca*. 1. Baskı. Konya: Selçuk Univ.
- Sakaoğlu, S. (2013). *Geleneksel Fıkra- Modern Fıkra*. Milli Folklor Dergisi. 25(97), 70-75.
- Yıldırım, D. (1992). *Türk Dünyası El Kitabı 3*. Ankara: Türk Kültürünü Araştırma Enstitüsü.
- Yıldırım, D. (2016). *Türk Bitiği*. 2. Baskı. Ankara: Akçağ.
- Yıldırım, D. (1999). *Türk Edebiyatında Bektâşi Fıkraları*. Ankara: Akçağ.

Kaynak Kişiler

Kaynak Kişi 1

Adı Soyadı: Zekiye BÜYÜKAKÇA

Yaşı: 59

Eğitim Durumu: Lise Mezunu

Kaynak Kişi 2

Adı Soyadı: Fatma ÖZKAN

Yaşı: 87

Eğitim Durumu: Okuma-Yazma Yok

Kaynak Kişi 3

Adı Soyadı: Hasan KAPLAN

Yaşı: 72

Eğitim Durumu: İlkokul Mezunu

Kaynak Kişi 4

Adı Soyadı: Mehmet ÖZCAN

Yaşı: 81

Eğitim Durumu: İlkokul Mezunu

Kaynak Kişi 5

Adı Soyadı: Mustafa ÖZYİĞİT

Yaşı: 87

Eğitim Durumu: İlkokul Mezunu

Kaynak Kişi 6

Adı Soyadı: Emine ÖZCAN

Yaşı: 78

Eğitim Durumu: Okuma- Yazma Yok

Kaynak Kişi 7

Adı Soyadı: Fatma TOKSÖZ

Yaşı: 84

Eğitim Durumu: Okuma-Yazma Yok

Kaynak Kişi 8

Adı Soyadı: Naciye ÖZYİĞİT

Yaşı: 86

Eğitim Durumu: İlkokul Mezunu

Kaynak Kişi 9

Adı Soyadı: Mustafa ERKAN

Yaşı: 81

Eğitim Durumu: İlkokul Mezunu

Kaynak Kişi 10

Adı Soyadı: Ayşe KILINÇ

Yaşı: 82

Eğitim Durumu: Okuma-Yazma Yok

Kaynak Kişi 11

Adı Soyadı: Hasan KÜÇÜKTUNCER

Yaşı: 70

Eğitim Durumu: İlkokul Mezunu

Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Balıkesir Örneği

Social Media Usage Habits Balıkesir Example

*Özay Nuri Aksoy **

Başvuru Tarihi: 15.12.2019
Kabul Tarihi: 13.02.2020

Özet

İletişim, bireylerin insanlık tarihince önemli olan ihtiyaçlarından olmuştur. Bireyin diğer bir bireyle iletişimi tarihsel süreçte zorunluluk yaratmıştır. İnsanlar, sosyal ortamda yaşayıp toplumun diğer üyeleriyle iletişim halindedir. Bu iletişim hali de sosyal ortamın zorunluluğudur. İnsanlık, başkalarının da aynı ortamda yaşadığını farkına varmasıyla birlikte iletişimle ilgili, insanlık yararına da olabilecek teknik ve araçlar yaratmıştır.

Sosyal medya içeriği yaratıcı tüketicilerce oluşturulan tek taraflı paylaşımından uzaklaştırarak, karşılıklı etkileşime taşıyan, eş zamanlı ve çok yönlü paylaşımına imkân veren medya sistemleridir.

Medya Bağımlılığı kuramı, sosyolojik olarak iletişim araçlarıyla sosyal sistemler ve izleyici ilişkisine odaklanır. Bu kurama göre, bireylerin modern toplumlara ilişkin bilgilendirilmek, yönlendirilmek amaçlı kitle iletişim araçlarına bağımlı hale geldikleri, bu bağımlılığın da toplumda değişim, istikrar ve çatışma şekliyle kitle iletişim araçlarının merkezi konum ve önemine göre şekillendiğini savunur.

Projenin asıl amacı; Balıkesir ilinde yaşayan sosyal medya kullanan kişilerin sosyal medya bağımlılığını belirlemektir.

Alan yazın incelendiğinde Balıkesir ilinde sosyal medya bağımlılığına ilişkin bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu yüzden bu çalışma alan yazına katkıda bulunmasından dolayı önem arz ettiği düşünülmektedir.

Araştırma da Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilen Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF) kullanılmıştır. SMBÖ-YF 18-60 yaş aralığındaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarını belirlemek için kullanılacak bir ölçme aracı olarak

* özaynuriaksoy@msn.com, ORCID: 0000-0001-8210-8362

tasarlanmıştır. Araştırmada veriler bu ölçek aracılığıyla toplanmıştır. Çalışmanın örneklemini Balıkesir Karesi Merkez ilçesinde yaşayan tesadüfi yöntem ile belirlenmiş 232 kişidir.

SMBÖ-YF ölçeğinin alt boyutu olan Sanal İletişim alt boyutunda cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Sanal Tolerans ve Sanal İletişim alt boyutlarında medeni durum açısından anlamlı bir fark tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Sosyal Medya, Medya Okur Yazarlığı, Sosyal Medya Bağımlılığı Balıkesir

Abstract

Communication has been one of the important needs of individuals in human history. The communication of the individual with another individual has become a necessity in the historical process. People live in a social environment and communicate with other members of society. Humanity has realized that others also live in the same environment. He created communication and techniques and tools for human benefit.

They are media systems that move social media content away from one-sided sharing created by creative consumers, carry mutual interaction, and allow simultaneous and versatile sharing.

Media Dependence theory focuses on sociological communication tools and social systems and audience relations. According to this theory, individuals argue that they become dependent on mass media for informing and directing about modern societies, and that this dependence is shaped according to the central position and importance of mass media by means of change, stability and conflict in society.

The main purpose of the project is; To determine the social media addiction of people using social media living in Balıkesir province.

When the literature was examined, no research on social media addiction was found in Balıkesir province. Therefore, this study is thought to be important because it contributes to the literature.

In the research, Social Media Addiction Scale-Adult Form (SMBÖ-YF) developed by Şahin and Yağcı (2017) was used. SMBS-YF is designed as a measurement tool that can be used to determine the social media addiction of adults between the ages of 18-60. In the study, the data were collected through this scale. The sample of the study is 232 people determined by random method living in the central district of Balıkesir Karesi

It was determined that there was a significant difference according to gender in the Virtual Communication sub-dimension, which was the sub-dimension of SMBÖ-YF scale. Significant difference was found in terms of marital status in Virtual Tolerance and Virtual Communication sub-dimensions.

Keywords: Social Media, Media Literacy, Social Media Addiction

Giriş

İletişim, bireylerin insanlık tarihince önemli ihtiyaçlarından olmuştur. Bireyin diğer bir bireyle iletişimi tarihsel süreçte zorunluluk yaratmıştır. İnsanlar, sosyal ortamda yaşayıp toplumun diğer üyeleriyle iletişim halindedir. Bu iletişim hali de sosyal ortamın zorunluluğudur.

İnsanlık tarihi Ayhan (2014) a göre, iletişimsel gelişmelerin sosyal bir hayata neden olduğunu vurgular. İnsanlık, başkalarının da aynı ortamda yaşadığını farkına varmasıyla birlikte iletişimle ilgili, insanlık yararına da olabilecek teknik ve araçlar yaratmıştır.

Sosyal medya terimini, Tuncer (2013) içeriği yaratıcı tüketicilerce oluşturulan ve paylaşılmasına imkân sunan internet tabanlı uygulamalar olarak tanımlarken, Özutku (2014) ise kullanıcıları tek taraflı paylaşımdan uzaklaştırarak, karşılıklı etkileşimi sunan, eş zamanda ve birçok yönden paylaşım imkân veren medya sistemi vurgusunu yapar. Ryan (2014) ise bunlara ek olarak sosyal etkileşim içerisinde fikir alışverişinde bulunan metinlerin, işitsel ve görsel unsurların olduğu bir çatı terimi olarak ifade eder. Ök (2013) ise bloglar, podcast, mesaj panoları, içerik paylaşımlarıyla sitelerin çok yaygın kullanıldığına, sosyal ağ sitelerinin kullanıcıların dikkatini çektiğini vurgular. Sosyal medyada iletişimin Bostancı (2010) resimlerle, videolarla, kelimelerle sağlandığına ek olarak bireylerin hayat tecrübelerini ve hikâyelerini ve durumlarını paylaşarak etkileşim sağlayıcıları olduğunu söyler. Bütün bunların zaman ve mekân tanımayan bağımsız uygulamalarla oluştuğunu vurgular. Özellikle Facebook, MySpace, LinkedIn, YouTube, Twitter, Whatsapp ve benzeri sosyal medya uygulamalarının artması ile bireylerin günlük yaşamının önemli sayılabilecek bir zamanı bu uygulamalarda geçirdiğine ilişkin önemli sayılabilecek düzeyde araştırmalar vardır.

Sosyal medya uygulamalarının ön planda olmasında ki asıl unsur bireylerin kendilerini ifade edebilecekleri yazıp çizip durumlarını özgür bir ortamda paylaşabilecekleri uygulamalara borçludurlar. Web 1.0 aşamasında kullanıcılar sadece sunulan materyalleri okuyabilen pasif bir konumdaydı. Dijital okuyucu kitlesinin bir üyesi olmaktan ileri gidemediler. Tek olumlu yanı haberleri anında yayınlanabilecek bir materyal bilgileri dijital olarak paylaşabilen özelliği öne çıkmaktaydı. Fakat Web 2.0 denilen, kullanıcıyı Büyüksener (2009) kullanıcıların içinde olduğu ağ, bireylerin etkileşime olanak sağlayan gelişim, internet ortamını da değiştirdi ve internet mecrasını kullanım alanlarını bakımından tahmin edilmeyecek şekilde çeşitlendirdiği belirtir.

Sosyal medya ile kişiler aracı olmadan iletişim kurabilmekte ve bu süreci yazarak, paylaşarak, birbirlerinin gönderileri beğenerek, eleştirerek devam ettirebilmektedir. Sevinç (2015) e göre sosyal medyanın interaktif yapısı bireyleri pasiflikten çıkartmıştır. Kendi sözlerini söyleyen, soru sorup iletişime geçen yapısıyla dinamik bir platform oluşturulmuştur. Hampton ve ark (2011) da sosyal medya araçlarıyla kullanıcıların birbirleriyle arkadaş olduğunu belirtir. Bütün bunların oluş yapısı bakımından Eley ve Tilley (2009) sosyal medyanın beceri veya kod bilgisi gerektirmeyen yapısına dikkat çeker.

Çağımızın iletişim araçlarının Karaman ve Karataş (2009) tarafından okuma-yazma becerisinden daha fazlasının gerektirdiğini belirtir. Bu gereksinimleri Sevim (2013) internet okuryazarlığı, bilgi okuryazarlığı, elektronik okuryazarlık, bilgisayar okuryazarlığı, görsel okuryazarlık, medya okuryazarlığı olarak sıralar. Bunlara ek olarak ise Som ve Kurt (2012) tarafından ağ

okuryazarlığı, web okuryazarlığı, bilim okuryazarlığından bahsedilir. Tuncer (2013) tarafından eleştirel okuryazarlık gibi okuryazarlık türleri de eklenir. Kurudayıoğlu ve Tüzel (2010), teknoloji ve iletişim araçlarındaki gelişmelerin okuryazarlık kavramının önüne kültür, teknoloji, bilgisayar, medya gibi ifadelerin gelerek farklı anlamlar yüklediğine dikkat çeker.

Medya okuryazarlığında Karaman ve Karataş (2009) bilgi iletim kanallarını aktif kullanabilme ve mesaj bilgisini analiz etme, değerlendirebilme ve iletebilme becerilerine değinirken, Çetinkaya (2008) ise, medyayı ve medyayla yaşamı değerlendirebilme becerilerinden bahseder. RTÜK (2007) ise mesajları doğru algılanması becerisinin yanında iletiler oluşturma becerisinden de bahseder. Sosyal medyanın yarattığı etki günümüz bireylerini medya okuryazarı olmaları gerekliliğini gösterir. Görmez (2015) de medya okuryazarlığı kavramını risklerden kaçınma durumu olarak niteler. García ve ark (2014) yaratıcı, katılımcı, özgür, eleştirel düşünen ve sorumluluk sahibi bireyler yetiştirmek için medya okuryazarlığını temel almak gerektiğinden bahseder.

Medya Bağımlılığı kuramı, Işık ve Topbaş (2015) 1976 yılında Sandra Ball-Rokeach ve Melvin De Fleur tarafından sosyolojik olarak ele alınıp iletişim araçlarıyla sosyal sistemler ve izleyici ilişkisine odaklanır. Bu kurama göre, bireylerin modern toplumlara ilişkin bilgilendirilmek, yönlendirilmek amaçlı kitle iletişim araçlarına bağımlı hale geldikleri, bu bağımlılığın da toplumda değişim, istikrar ve çatışma şekliyle kitle iletişim araçlarının merkezi konum ve önemine göre şekillendiğini savunur. Karşılıklı etkileşimle belirlenen medyanın etkisi, bireylerin ihtiyaç ve beklentileri yönünde bağımlılıklara yol açmaktadır. Sosyal medya ortamının bireysel ve sosyal anlamda davranışları yönlendirmede de etkili olduğunu belirtir.

Gerçek gibi bir algılanan sanal ortamın Kuşay (2013) sosyal medyadaki farklı uygulamaların etkisiyle sosyal yaşamı yönlendirilmekte olduğunu belirtir. Sosyal medya davranışların yönlendirilmesinde ve eğilimlerinin tespit edilmesinde “farkındalık” yaratma açısından güç kazanmakta olduğunu belirtir. Bunların ise bireylerin iletişim stratejilerini yakından etkilediğini belirtir.

Sosyal ağların ihtiyacın dışında aşırı, kontrolsüz şekilde kullanımı “dürtü kontrol bozukluğu” olarak ortaya çıkarak özellikle uzun süreli olarak sosyal medyayı aktif kullananlarda sosyal medya bağımlılığı oluşabileceği Seferoğlu ve Yıldız (2013) tarafından yorumlanır. Tutgun (2015) yeme içme gibi kişisel ihtiyaçlarını, işini ve ailesini sosyal medya kullanırken ihmal edenlerin sosyal medya bağımlısı olarak kabul edildiğini vurgular.

Araştırma Deseni

Araştırmada tarama modeli kullanıldı. Tarama modelleri, geçmişte var olan bir durumu oluş şekliyle betimlemeyi amaç edinen modellerdir. Araştırmaya konu olan durum, kendi koşullarında olduğu gibi tanımlanmaya çalışılır. Olan durumu değiştirme, etkileme çabası gösterilemez. Araştırılmak istenen durumu uygun bir şekilde belirlemenin asıl amaç olduğu Karasar (2005) tarafından vurgulanmıştır. Çalışmada, Balıkesir’de yaşayan yetişkinlerin sosyal medya bağımlılık düzeyleri belirlenerek çeşitli değişkenler açısından incelenmiştir.

Evren ve Örneklem

Çalışmanın evreni Balıkesir ilinde yaşayan sosyal medya kullanan yetişkinlerdir. Çalışmanın örneklemini ise, Balıkesir Karesi Merkez ilçesinde yaşayan tesadüfi yöntem ile belirlenmiş 232 kişidir.

Araştırmanın Amacı

Balıkesir ilinde yaşayan sosyal medya kullanan kişilerin sosyal medya bağımlılığını belirlemektir.

Araştırmanın hedef edindiği alt amaçlar ise; Balıkesir de kişilerin sosyal medya bağımlılığını cinsiyet, yaş, medeni hal, eğitim durumu, mesleğe göre değişmekte midir?

Balıkesir de kişilerin sosyal medya bağımlılık alt boyutları olan sanal tolerans ve sanal iletişim bakımından anlamlı bir ilişki var mıdır?

Veri Toplama Araçları

Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği-Yetişkin Formu (SMBÖ-YF): Ölçek, Şahin ve Yağcı (2017) tarafından geliştirilmiştir. SMBÖ-YF 18-60 yaş grubundaki yetişkinlerin sosyal medya bağımlılıklarını belirleme için kullanılabilir ölçme aracı olarak oluşturulmuştur.

5’li Likert dereceleme ile ölçeklendirilmiştir. Likert tipindeki derecelenmeler; Bana Hiç Uygun Değil, Bana Uygun Değil, Kararsızım, Bana Uygun, Bana Çok Uygun şeklindedir. Bana Hiç Uygun Değil derecesinin karşılığı 1 puan, “Bana Çok Uygun” derecesinin karşılığı ise 5 puandır. Madde puanları 1’den 5’e doğru arttıkça bağımlılık düzeyi de artmaktadır.

SMBÖ-YF 2 alt boyutu olan bir ankettir. Alt boyutları Sanal Tolerans ve Sanal İletişim şeklindedir. Sanal Tolerans alt boyutuna ait 1-11’inci maddelerdir. Sanal İletişim 12-20’inci maddeler ile oluşturulmuştur. 5.(Sosyal medyaya gerekmedikçe girmem) ve 11.(Sosyal medya kullanmayı sevmiyorum) maddeler ise ters puanlama şeklindedir. Ölçekten alınabilecek en yüksek puan 100, en düşük puan ise 20’dir. Alınan puanın yüksek olması bireyin kendisini “sosyal medya bağımlısı” olarak algıladığı biçiminde değerlendirilir.

Kişisel Bilgi Formu: Kişisel bilgi formu, araştırmacı tarafından katılımcıların yaş, cinsiyet, medeni durum, gelir düzeyi, günlük ortalama sosyal medya kullanım süreleri durumunu tespit etmeye ilişkin bilgilere ulaşabilmek için hazırlanmıştır.

Veri Analizi

Veri analizinde ilk olarak betimsel istatistik boyutu incelenmiştir. Analizlere geçilmeden önce örneklemin doğrusallık ve normallik sayıltıları incelendi. Bağımsız gruplar t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Bulguların anlamlılığının değerlendirilmesinde .05 anlamlılık düzeyi ölçüt alınmıştır. Varyans analizi karşılaştırmalarında Post hoc testlerinden Tukey testi kullanılmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde, ölçekten hesaplanan verilere yapılan analizlerle ortaya çıkan bulgulara ve yorumlara yer verilecektir.

Betimsel İstatistikler

Normallik Kontrolü

SMBÖ-YF ölçeğinden elde edilen verilerle toplam puanlar üzerinde yapılacak olan test istatistiğinin uygunluğu için verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Histogram ve Q-Q Plot grafikleri incelemesinde, eğrinin simetrik dağılım gösterdiği görüldü. Toplam puana ait merkezi eğilim ölçüleri Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. SMBÖ-YF Ölçeği Toplam Puana Ait Merkezi Eğilim Ölçüleri

Boyutlar	\bar{x}	Medyan	Mod	Çarpıklık	Basıklık
Sanal Tolerans	2.10	2.00	2.00	.941	.883
Sanal İletişim	1.33	1.29	1.11	.788	.402
SMBÖ-YF ORT.	1.39	1.36	1.26	.723	.495

Verilerin normal dağılım tespiti için, Kline (2011) tarafından belirlenen basıklık ve çarpıklık değerleri referans alındı. Büyüköztürk (2011) de çarpıklık katsayısının +1, -1 aralığında yer aldığı puanların normallikten sapmadığını belirtir. Aritmetik ortalama, medyan ve mod’un yaklaşık olması dağılımın normalden aşırı uzaklaştırmadığı olarak değerlendirir. Çarpıklık ve basıklık katsayılarının +1 ile -1 aralığında olduğundan normal dağılım gösterdiğine kanaat getirilmiştir.

Demografik Bulgular

Cinsiyet Açısından Frekans ve Yüzde Değerler:

Anket e katılanların cinsiyet açısından yüzde ve frekans dağılımları Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. SMBÖ-YF Ölçeğine Katılanların Cinsiyet Açısından Frekans ve Yüzde Değerleri

Gruplar	f	%	%Yığılmalı
Kadın	153	65.9	65.9
Erkek	79	34.1	100
Toplam	232	100	

Tablo 2’de görüldüğü gibi ankete katılanların % 65.9 kadın, % 34.1 erkek katılımcıdır.

Eğitim Durumu Açısından Frekans ve Yüzde Değerler:

Anket e katılanların eğitim açısından yüzde ve frekans dağılımları Tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. SMBÖ-YF Ölçeğine Katılanların Eğitim Durumu Açısından Frekans ve Yüzde Değerleri

Eğitim Durumu	<i>f</i>	%	%Yığılmalı
İlkokul	3	1.3	1.3
Ortaokul	19	8.2	9.5
Lise	20	8.6	18.1
Üniversite	159	68.5	86.6
Ünv. Sonrası	31	13.4	100
Toplam	232	100	

Tablo 3’de görüldüğü gibi ankete % 68.5 Üniversite mezunu, % 13.4 Üniversite sonrası,% 8.6 Lise mezunu, % 8.2 Ortaokul mezunu, % 1.3 ile de İlkokul mezunu katılmıştır.

Medeni Durum Açısından Frekans ve Yüzde Değerler:

Anket e katılanların medeni durum açısından yüzde ve frekans dağılımları Tablo 4’de verilmiştir.

Tablo 4. SMBÖ-YF Ölçeğine Katılanların Medeni Durum Açısından Frekans ve Yüzde Değerleri

Medeni Durum	<i>f</i>	%	%Yığılmalı
Evli	193	83.2	83.2
Bekâr	24	10.3	95.5
Dul	2	.9	94.4
Boşanmış	13	5.6	100
Toplam	232	100	

Tablo 4’de ankete katılanların % 83.2 evli, % 10.3 bekâr, % 5.6 boşanmış, % .9 dul katılımcı bulunmaktadır.

Meslek Açısından Frekans ve Yüzde Değerler:

Ankete katılanların meslek açısından yüzde ve frekans dağılımları Tablo 5’de verilmiştir.

Tablo 5. SMBÖ-YF Ölçeğine Katılanların Meslek Açısından Frekans ve Yüzde Değerleri

Meslek	<i>f</i>	%	%Yığılmalı
Akademisyen	15	6.5	6.5
Askeri Personel	8	3.4	9.9
Avukat	3	1.3	11.2
Bankacı	2	.9	12.1
Doktor	12	5.2	17.2
Esnaf	31	13.4	30.6
Hemşire	16	6.9	37.5
İşçi	20	8.6	46.1
Makina Teknisyeni	5	2.2	48.3
Memur	24	10.3	58.6
Muhasebeci	4	1.7	60.3
Mühendis	14	.6	66.4
Öğretmen	63	27.2	93.5
Özel Güvenlik	8	3.4	97
Polis	7	3	100
Toplam	232	100	

Tablo 5 e göre ankete katılanların % 6.5 Akademisyen, % 3.4 Askeri Personel, % 1.3 Avukat, % .9 Bankacı, % 5.2 Doktor, % 13.4 Esnaf, % 6.9 Hemşire, % 8.6 İşçi, % 2.2 Makina Teknisyeni, % 10.3 Memur, % 1.7 Muhasebeci, % .6 Mühendis, % 27.2 Öğretmen, % 3.4 Özel Güvenlik, % 3 Polis olduğu görülmektedir.

SMBÖ-YF Ölçeği Puanların Cinsiyete Göre Karşılaştırılması

SMBÖ-YF ölçeğinin alt boyutundan alınan puanların cinsiyet açısından fark gösterip göstermediğini anlamak amacıyla bağımsız örneklem t-testi uygulandı. Bağımsız örneklem t-testi ilişkin sonuçlar Tablo 6'de verilmiştir.

Tablo 6. SMBÖ-YF Ölçek Alt Puanlarının Cinsiyet Değişkenine Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Bağımsız Grup t Testi Sonuçları

Puan	Cinsiyet	N	\bar{x}	ss	t	p
Sanal Tolerans	Kadın	153	2.06	.65	1.18	.236
	Erkek	79	2.17	.72		
Sanal	İ Kadın	153	1.30	.24	2.24	.026*
	Erkek	79	1.38	.24		

*p<.05 anlamlı

Tablo 6’da görüldüğü gibi SMBÖ-YF ölçeğinin alt boyutu olan Sanal Tolerans boyutunda ($t_{(230)}=1.18, p>.05$) cinsiyete göre anlamlı farklılık göstermediği görülmüştür. Sanal iletişim alt boyutunda ise ($t_{(230)}=2.24, p<.05$) cinsiyete göre anlamlı bir farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Erkeklerin ($\bar{x}=1.38$), kadınlara ($\bar{x}=1.30$) göre Sanal iletişim alt boyutunda sosyal medya bağımlısı olduğu söylenebilir.

SMBÖ-YF Ölçeği Puanların Medeni Duruma Göre Karşılaştırılması

SMBÖ-YF ölçeğinin alt boyutlarından aldıkları puanların medeni duruma fark gösterip göstermediğini belirlemek için Tek Yönlü Varyans Analizi uygulanmıştır. Tek Yönlü Varyans Analizi sonuçları Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7 SMBÖ-YF Ölçeği Sanal Tolerans, Sanal İletişim Boyutlarının Medeni Duruma Göre Farklılaşım Farklılaşmadığını Belirlemek Üzere Yapılan Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) Sonuçları

f, \bar{x} ve ss Değerleri					ANOVA Sonuçları						
Puan	Grup	N	\bar{x}	ss	Var. K.	KT	Sd	KO	F	p	Fark
Sanal Tolerans	(a)Evli	193	2.05	.65	G.Arası	3.807	3	1.269	2.831	.039*	d > a
	(b)Bekar	24	2.27	.73							
	(c)Dul	2	1.91	.39							
	(d)Boşanmış	13	2.55	.90							
	Toplam	232	2.10	.68							
Sanal İletişim	(a)Evli	193	1.30	.22	G.İçi	12.765	228	.056	6.452	.000*	b > a, d > a
	(b)Bekar	24	1.48	.30							
	(c)Dul	2	1.30	.27							
	(d)Boşanmış	13	1.50	.29							
	Toplam	232	1.33	.24							

*p<.05 gruplar arasında anlamlı fark var

Tablo 7’de anlamlandırmayı kolaylaştırmak için ve grupların tabloda kolay yorumlanması için Medeni durumlarına a, b, c, d harfleriyle isimlendirilmiştir. Bu bağlamda; Evli =a, Bekar =b, Dul =c, Boşanmış =d, olarak isimlendirilip ANOVA sonuçları tablosunda fark bölümünde belirtilmiştir.

Sanal Tolerans alt boyutu medeni durum açısından anlamlı bir fark tespit edilmiştir. ($F_{(1,269)}=2.831$, $p<.05$). Test sonucu hesaplanan etki büyüklüğünün ($\eta^2=.035$) olduğu görülmüştür. Puanların medeni durum değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılık oluştuğunu tespit amaçlı Post Hoc testi olan Tukey testi yapılmıştır. Boşanmışlar ve evliler arasında bir fark tespit edilmiştir ($p<.05$). Boşanmışların ($\bar{x}=2.55$), evlilere ($\bar{x}=2.05$) göre sanal tolerans boyutunda daha çok sosyal medya bağımlılığı söylenebilir.

Sanal İletişim alt boyutu medeni durum açısından anlamlı bir fark tespit edilmiştir. ($F_{(3,61)}=6.452$, $p<.05$). Test sonucu hesaplanan etki büyüklüğünün ($\eta^2=.078$) olduğu görülmüştür. Puanların medeni durum değişkenine göre hangi gruplar arasında farklılık oluştuğunu tespit etmek için Post Hoc testi olan Tukey testi yapılmıştır. Bekarlar ile evliler arasında ve boşanmışlar ile evliler arasında bir farklılık tespit edilmiştir ($p<.05$). Sanal iletişim boyutunda Bekârlar ($\bar{x}=1.48$), evlilere ($\bar{x}=1.30$) göre ve boşanmışlar ($\bar{x}=1.50$) ise evlilere ($\bar{x}=1.30$) göre daha çok sosyal medya bağımlısı oldukları söylenebilir.

Sonuç ve Tartışma

Araştırmadan elde edilen verilerle şu sonuca ulaşılmıştır: Sanal iletişim alt boyutunda cinsiyete göre anlamlı bir farklılık göstermiştir. Erkeklerin kadınlara göre sanal iletişim alt boyutunda sosyal medya bağımlılığı etkisinde olduğu söylenebilir. Sanal tolerans boyutunda, boşanmışların evlilere göre daha çok sosyal medya bağımlılığı söylenebilir. Sanal iletişim boyutunda bekârlar evlilere göre ve boşanmışlar ise evlilere göre sosyal medya bağımlılığı etkisinde olduğu söylenebilir.

Sosyal medya bağımlılığı üzerine yapılan literatür incelemesinde, cinsiyete göre farklılaşma görülmediğine ilişkin (Demir & Kumcağız, 2019) (Aktan, 2018) (Baz, 2018) (Gül, 2018) (Ünal, 2019) tarafından bulgular mevcutken araştırmamızda literatürün aksine bir bulgu elde edilmiştir. Literatür incelemesinde (Arslan, 2020) araştırmasında ki gibi cinsiyet açısından bir farklılık bulunduğu tespit edilmiştir. Aslında sosyal medya bağımlılığı cinsiyete göre farklılaşması anlaşılabilir bir durumdur. Günümüzde teknoloji sürecinde tüm bireylerde akıllı telefonlar bulunmaktadır. Bu tip iletişim araçları bireylerin sosyal medya uygulamalarıyla fotoğraf paylaşımlarını, iletişimlerini ve görüntülü görüşmelerini kolaylaştırdı. Bu tip uygulamaların sunduğu imkânlar bireylerin birçoğunu etkiledi. Kadın ve erkeklerin her ortamda bu uygulamaları kullandığı düşünüldüğünde sosyal medyanın cinsiyete göre farklılaşması da anlaşılabilir bir durumdur.

İlgili literatür incelemesinde medeni duruma göre anket yapıldığında boşanmış ve dul seçeneklerinin sorulmadığına yönelik bulgular elde edilmiştir. Evli ya da bekâr olma hali ne kadar doğal bir durum ise bireyin boşanmış ya da dul olma ihtimali de o kadar doğal olmalıdır. Hatta boşanmış ve dul seçeneklerinin sorulmadığı anketlerin içinde bireyler kendilerini bekâr olarak işaretlediğinden evli ve bekâr arasındaki anlamı da etkilediği düşünülmektedir. Araştırmamızda, sanal tolerans boyutunda, boşanmışların evlilere oranla daha çok sosyal medya bağımlısı oldukları ve sanal iletişim boyutunda bekârlar evlilere göre ve boşanmışlar ise evlilere oranla daha çok sosyal medya bağımlısı olduklarına yönelik tespitlerimiz vardır. İlgili literatür

de boşanmış ve dul seçeneklerinin olmaması nedeniyle atıf yapabileceğimiz literatür bulunamamıştır.

Araştırmaya katılanlar, yüksek düzeyde sosyal medya bağımlılığına sahip midir? şeklindeki araştırma sorumuz yüksek düzeyde çıkmamıştır. Erkekler kadınlara oranla .08 oranında bir fark vardır ki bu oranında yüksek olduğu söylenemez.

Sosyal medyanın bireylerin bilgiye ulaşabilmelerine yönelik sağladığı imkânlar yanında bireylere de sanal da olsa bir sohbet iletişim ortamı sağlaması ve bunları da boş vakitlerinde gerçekleştirildiği düşünülmektedir.

Öneriler

- ✓ Sosyal medya bağımlısı bireylere yönelik psiko-eğitim programları geliştirilip uygulanabilir.
- ✓ Sosyal medya bağımlılığının bireye duygusal ve akademik / mesleki etkileri araştırılabilir.
- ✓ Dulların ve boşanmışların bekarların düşüncelerini de istatistiki anlamda etkilediği düşünüldüğünden anketlerde medeni durum kısmına dul ve boşanmışlar da eklenerek yapılması yerinde olacaktır.

Kaynakça

- Adiyoso, W., & Kanegae, H. (2012). The effect of different disaster education programs on tsunami preparedness among schoolchildren in Aceh, Indonesia. *Disaster Mitigation of Cultural Heritage and Historic Cities*, 60, 165-172.
- (tarih yok). *Afet İşleri Genel Müdürlüğü Deprem Araştırma Dairesi, Bayındırlık ve İskan Bakanlığı*. Ankara.
- Aktan, E. (2018). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenlere Göre İncelenmesi. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(4), 405-421.
- Alkan, N. U. (1999). 1995 Dinar Depremi. *Türk Psikoloji Bülteni*, 5(14), 59-60.
- Alkan, V. (2015). *Akademik Ortamlarda Olumsuz Değerlendirilme Korkusu Ölçeğinin Geliştirilmesi (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- APA. (1980). American Psychiatric Association Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders (3. Baskı). Washington DC: American Psychiatric Press.
- Arslan, A. (2020). Üniversite Öğrencilerinin Dijital Bağımlılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *International e-Journal of Educational Studies*, 4(7), 27-41.
- Ayhan, B. (2014). Küreselleşme Surecinde Kitle İletişim Araçlarının Rolü. *Selçuk İletişim*, 82-90.

- Baltacı, R. (2013). Üstün Zekâyı Yeteneğe Dönüştürmek: Gelişimsel Bir Teori Olarak Ayrımsal Üstün Zekâ ve Yetenek Modeli. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi*, 14, 1-20.
- Baykoç, D. N. (2012). *Üstün Yetenekli Çocuklar E. Nilgün METİN (Editör) Özel Gereksinimli Çocuklar*. Ankara: Maya Akademi.
- Baz, F. Ç. (2018). Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Çalışma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 9(16), 278-295.
- Bostancı, M. (2010). *Sosyal Medyanın Gelişimi ve İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü .
- Bulut, S. (2009). Depremden Sonra Çocuklarda Görülen Travma Sonrası Stres Tepkilerinin Yaş ve Cinsiyetler Açısından Karşılaştırılması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4(31), 43-51.
- Büyüköztürk, Ş. (2011). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı (14. Baskı)*. Ankara: Pegem Akademi.
- Büyüksener, E. (2009). Türkiye’de Sosyal Ağların Yeri ve Sosyal Medyaya Bakış. 14. *Türkiye’de İnternet Konferansı*.
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2007). *Cohen, L., Manion, L. Research methods in education*. London: Routledge Taylor & Francis Group.
- Çam, S., Sevimli, D., & Yerlikaya, E. (2010). Olumsuz Değerlendirilmekten Korkma Ölçeğine (ODKÖ) İlişkin Bir Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19 (1), 132-140.
- Çetinkaya, S. (2008). *Bilinçli medya kullanıcıları yaratma sürecinde medya okuryazarlığının önemi. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi)*. Ankara: Ankara Üniversitesi.
- Demir, T. (1997). *Çocuk ve Ergenlerde Sosyal Fobi: Epidemiyolojik Bir Çalışma (Basılmamış Tıpta Uzmanlık Tezi) İstanbul Üniversitesi İstanbul Tıp Fakültesi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi.
- Demir, Y., & Kumcağız, H. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 9(52), 23-42.
- Eley, B., & Tilley, S. (2009). *Online Marketing Inside Out*. Cambridge: Sitepoint.
- Erkal, T., & Değerliyurt, M. (2009). Türkiye’de Afet Yönetimi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 14(22), 147-164.
- Erkuş, A. (2005). *Bilimsel Araştırma Sarmalı*. Ankara: Seçkin Yayınevi.

- Folkman, S. (1982). An approach to measurement of coping. Paper presented at workshop entitled current issues in occupational stress. *Theory, research and intervention*, 14-16.
- Folkman, S., & Lazarus, R. S. (1980). An Analysis Of Coping in a Middle-Aged Community Sample. *Journal of Health and Social Behavior*, 219-239.
- Furmark, T., Tillfors, M., & Everz, P. O. (1999). Social Phobia in The General Population: Prevalence And Sociodemographic Profile. *Soc Psych Psych Epid*, 34: 416–424.
- García, R. R., Ramírez, G. A., & Rodríguez, R. M. (2014). *Media Literacy Education for a New Prosumer Citizenship*.
- Görmez, E. (2015). Etkili medya okuryazarlığı eğitimi ve uygulamalarından örnekler. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(1), 93-112.
- Gül, G. (2018). Fen Bilgisi Öğretmeni Adaylarının Sosyal Medya Bağımlılıklarının İncelenmesi. *E-Kafkas Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 41-50.
- Gülen, A. R. (2008). *Deprem Risk Analizi ve Şehirleşmede Balıkesir Kent Merkezi Örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi)*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gündüz, B., & Gökçakan, Z. (2003). Hemşirelerde Tükenmişliği Yordamada Stresle Başaçıkma Biçimleri, Eğitim Düzeyi ve Hizmet Süresi Değişkenleri. *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10-17.
- Hampton, K. N., Goulet, L. S., Rainie, L., & Purcell, K. (2011). *Social Networking Sites and Our Lives*. Washington: Amerikan Life.
- Heckelman, L. R., & Schneier, F. R. (1995). Diagnostic Issues. Heimberg, R. G., Liebowitz M. R., Hope D. A. ve Schneier, F. R. (Ed.), *Social Phobia: Diagnosis, Assessment, And Treatment* (s. 3–20). New York, Guilford Press.
- Heimberg , R. G., Stein, M. B., & Hiripi , E. (2000). Trends İn The Prevalence of Social Phobia in The United States: A Synthetic Cohort Analysis of Changes Over Four Decades. *European*, 15: 29-37.
- Heimberg, R. G., Hofmann , S. G., Liebowitz, M. R., Schneier, F. R., Smits, J. J., Stein, M. B., . . . Craske, M. G. (2014). Social Anxiety Disorder'ın DSM-V. *Depression And Anxiety*, 31 (6), 472-479.
- Işık, U., & Topbaş, H. (2015). Facebook ve Bağımlılığı Araştırması. *The Journal of Academic Social Science Studies*(38), 319-336.
- Kalafat , D., & Pınar, A. (1997). *Anadolu'nun Sismotektonik Özelliklerinin Küçük ve Orta Büyüklükteki Depremlerle İrdelenmesi Aktif Tektonik Araştırma Grubu Birinci Toplantısı*. İstanbul: İTÜ.

- Karabulut, E. O., & Bahadır, Z. (2013). Ümit Milli Judo Takımının Olumsuz Değerlendirilmekten Korkma ve Empatik Eğilim Düzeylerinin İncelenmesi. *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi*, 7 (2), 108-115.
- Karaca, S., & Aşkın, R. (1995). Depresyonla Başaçıkma Ölçeği: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Düşünen Adam Dergisi*, 8(3).
- Karakuş, U. (2013). Depremi Yaşamış ve Yaşamamış Öğrencilerin Deprem Algularının, Metafor Analizi İle İncelenmesi. *Doğu Coğrafya Dergisi*, 18(29), 97-116.
- Karaman, M. K., & Karataş, A. (2009). Öğretmen Adaylarının Medya OkurYazarlık Düzeyleri. *İlköğretim Online*, 8(3), 798-808.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel Araştırma Yöntem*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Keefe, F. J., Caldwell, D. S., Queen, K. T., Giil, K. M., Martinez, S., & Crisson, S. (1987). Pain coping strategies in osteoarthritis patients. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 55(2), 208- 212.
- Kline, R. B. (2011). *Principles And Practice of Structural Equation Modeling (Third Edition)*. New York: The Guilford Press.
- Köydemir, S., & Demir, A. (2007). Psychometric Properties of The Brief Version of The Fear of Negative Evaluation Scale in a Turkish Sample. *Psychological Reports*, 100(3), 883-893.
- Kurudayıoğlu, M., & Tüzel, S. (2010). 21. yüzyıl okuryazarlık türleri, değişen metin algısı ve Türkçe eğitimi. *Türklük Bilimi Araştırmaları*, 28(28), 283-298.
- Kuşay, Y. (2013). *Sosyal Medya Ortamında Çekicilik ve Bağımlılık Facebook Üzerine Bir Araştırma*. İstanbul: Beta Basım A.Ş.
- Mckinney, A. P. (2003). *Goal orientation: A Test of Competing Models (Doktora tezi) Available From ProQuest Dissertations and Theses Database*.
- Murphy, B., Falkiner, L., McBean, G., Dolan, H., & Kovacs, P. (2005). Enhancing Local Level emergency Management: The Influence of Disaster experience and the Role of Households and Neighbourhoods. *Institute for Catastrophic loss Reduction*, 12-25.
- Öcal, A. (2007). İlköğretim Okullarında Deprem Hazırlıkları: Kırıkkale ili Örneği. *Kastamonu Eğitim Dergisi*, 15(1), 1-12.
- Ök, F. (2013). *Ortaöğretim Öğrencilerinin Sosyal Medya Kullanım Alışkanlıkları ve Motivasyonları Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Elazığ: Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Özçetin, A., Maraş, A., Ataoğlu, A., & İçmeli, C. (2008). Deprem Sonucu Gelişen Travma Sonrası Stres Bozukluğu ile Kişilik Bozuklukları Arasındaki İlişki. *Düzce Tıp Fakültesi Dergisi*, 2, 8-18.
- Öztürk, M. K. (2013). Sınıf Öğretmeni Adaylarının Deprem Deneyimleri Üzerine Bir Araştırma. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 308-319.
- Özutkan, F. (2014). *Sosyal Medyanın ABC'si*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Radyo ve Televizyon Üst Kurulu . (2007). *İlköğretim medya okuryazarlığı dersi öğretmen el kitabı*. Ankara.
- Rodriguez, J. O., Rodriguez , P. A., & Alcazar, R. A. (2006). Sociodemographic and Psychological Features of Social Phobia in Adolescents. *Psychothema*, 18(2): 207-212.
- Ryan, D. (2014). *Dijital Pazarlama*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Sak, U. (2009). *Üstün Yetenekliler Eğitim Programları*. Ankara: Maya Akademi.
- Scheiner, F. R., Johnson, J., Hornig, C. D., Liebowitz, M. R., & Weissman, M. M. (1992). Social Phobia: Comorbidity and Morbidity in an Epidemiologic Sample. *Archives of General Psychiatry*, 49 (4), 282-288.
- Schreglmann, S. (2016). Türkiye’de Üstün Yetenekli Öğrenciler İle İlgili Yapılan Yükseköğretim Tezlerinin İçerik Analizi (2010–2015). *Üstün Yetenekliler Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 4, 14-26.
- Seferoğlu, S., & Yıldız, H. (2013). Dijital Çağın Çocukları: İlköğretim Öğrencilerinin Facebook Kullanımları ve İnternet Bağımlılıkları Üzerine Bir Araştırma. *İletişim ve Diplomasi Dergisi*, 2, 31-48.
- Seipp, B. (1991). Anxiety and Academic Performance: A Meta-Analysis of Findings Anxiety Research. 4 (1), 27-41.
- Selye, H. (1977). *Stress Without Distress*. London: Teach Yourself Books.
- Sevim, F. (2013). *Medya Okuryazarlığı, Toplumsal Cinsiyet ve Kadının Medyada Temsili*. (Yayımlanmamış yüksek lisans tezi). İstanbul.: İstanbul Ticaret Üniversitesi.
- Sevinç, S. S. (2015). *Pazarlama İletişiminde Sosyal Medya*. İstanbul: Optimist Yayın.
- Som, S., & Kurt, A. A. (2012). Bilgisayar ve öğretim teknolojileri eğitimi bölümü öğrencilerinin medya okuryazarlık düzeyleri. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 2(1).
- Spurrell, M. T., & McFarlane, A. C. (1993). Posttraumatic stress disorder and coping after a natural disaster. *Social Psychiatry and Psychiatric Epidemiology*, 28(4), 194-200.

- Şahin, C., & Sipahioğlu, Ş. (2002). *Doğal Afetler ve Türkiye*. Ankara: Gündüz Eğitim ve Yayıncılık.
- Şahin, C., & Yağcı, M. (2017). Sosyal Medya Bağımlılığı Ölçeği- Yetişkin Formu: Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışması. *Ahi Evran Üniversitesi Kırşehir Eğitim Fakültesi Dergisi (KEFAD)*, 18(1), 523-538.
- Tağıl, Ş. (2004). Balıkesir Ovası ve Yakın Çevresinin Neotektonik Özellikleri ve Depremselliği. *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2(1), 73-92.
- TC. Milli Eğitim Bakanlığı. (2016, 11 04). Bilim ve Sanat Merkezleri Yönergesi. 2016. MEB, Tebliğler Dergisi. http://mevzuat.meb.gov.tr/html/2593_0.html adresinden alındı
- Topçu, A. A. (2004). *Sosyal Fobi Olgularında Aile İçi Yaşantıların İncelenmesi (Basılmamış doktora tezi)*. İstanbul.
- Tortop, H. S. (2018). *Üstün Zekalılar Eğitiminde Farklılaştırılmış Öğretim Müfredat Farklılaştırma Modelleri*. İstanbul: Genç Bilge.
- Tuncer, A. (2013). *Eğitim fakültesi öğrencilerinin medya okur-yazarlık düzeyleri (izmir örnekleme) Yayınlanmamış yüksek lisans tezi*. İzmir: Ege Üniversitesi.
- Tuncer, A. S. (2013). *Sosyal Medyanın Gelişimi*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını No: 2877.
- Turner, R. H., Nigg, J., & Paz, D. H. (1986). Waiting for Disaster: Earthquake Watch in California.
- Tutgun, Ü. A. (2015). *Sosyal Medya Bağımlılığı: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul: Marmara üniversitesi.
- Ünal, A. T. (2019). İletişim Fakültesi Öğrencilerinin Sosyal Medya Bağımlılığının İncelenmesi: Üsküdar Üniversitesi Örneği. *Kastamonu İletişim Araştırmaları Dergisi*(2), 50-80.
- Yıldırım , D. S. (2013). *Erken Çocukluk Döneminde Özel Eğitim (3. Baskı)*. Ankara: Maya Akademi.
- Yöndem, Z. D., & Altay, E. (tarih yok). Deprem Stresi İle Bahşetme Stratejileri Ölçeğinin Geçerlilik ve Güvenirlik Çalışmaları. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 3(30), 60-75.

Âşık Seyrani'nin Şiir Dünyasında Atasözlerinin Yeri

The Place of Proverbs in the Poetry World of Âşık Seyrani'

*Abdurrahim Yıldız**

Başvuru Tarihi: 01.12.2019

Kabul Tarihi: 13.02.2020

Özet

Atasözleri halkın bilgi, birikim ve kültürünü yansıtan kalıpsal ifadelerdir. Bir milletin kültür ve medeniyet haritasına bakmak istiyorsak o milletin atasözlerini yakından incelememiz gerekmektedir. Hiç şüphesiz ki Türk milleti büyük kültür, medeniyet ve mefkûresini sayılamayacak kadar fazla atasözleri ile ifade etmişlerdir. Ayrıca atasözleri geçmiş nesillerin tecrübe ve birikimlerini gelecek kuşaklara aktarması yönüyle son derece önemlidir. Âşıklar şiirlerinde sadece aşk, sevgi ve güzellik gibi konuları işlemezler. Nitekim âşıklar toplumu ilgilendiren hemen hemen her konuda şiir yazmış ve söylemişlerdir. Şiirlerinde toplumsal bozulma, kültürel yozlaşma, gençlere öğüt gibi konuları da işlemişlerdir.

Âşıklar atasözlerini toplumsal meseleleri dile getirirken ve nasihat ederken de kullanmışlardır. Bu yönüyle atasözleri söz varlığı yönünden olduğu kadar sosyolojik yönüyle de önemlidir. Âşık Seyrânî şiirlerini halkın bilinçlenmesi için oldukça açık ve sade bir şekilde yazmıştır. Bu vesileyle Âşık Seyrânî de atasözlerinin son derece mühim halkı aydınlatma aracı olduğunu keşfetmiş ve bunu şiirlerine yansıtmıştır. Nitekim âşık Seyrânî şiirlerinde yer yer topluma nasihat etmiş bazen de şiirleriyle toplumsal yozlaşmayı hicvetmiştir. Bu çalışmada Âşık Seyrânî'nin şiirlerinde bulunan atasözleri tespit edilmiş ve atasözlerinin şiirlerin içerisinde barındırdığı zengin anlam ve eğitici rolü üzerinde bulunulmuştur. Toplumun engin kültür ve medeniyet süzgecinden damıtılarak günümüze kadar gelen atasözleri geçmişten geleceğe bir köprü vazifesi görmesi dolayısıyla son derece mühim bir yer teşkil etmektedir.

Anahtar Kelimeler: Âşık Seyrânî, Atasözleri, Kültür, Toplum

* Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Türk Halk Edebiyatı Bilim Dalı Doktora Öğrencisi,
abdurrahimyildiz58@gmail.com, ORCID: xxxx xxxx

Abstract

Proverbs are stereotypical expressions that reflect the knowledge and culture of the people. If we want to look at the map of culture and civilization of a nation, we need to examine the proverbs of that nation closely. There is no doubt that the Turkish nation has expressed its great culture, civilization and idea with far too many proverbs. In addition, proverbs are very important in terms of passing on the experiences of past generations to future generations. In their poems, lovers do not deal only with love, and beauty. As a matter of fact, lovers have written and said poems in almost all subjects concerning the society. In his poems, he also studied topics such as social degradation, cultural corruption, and admonition to young people.

Lovers also used proverbs to express social issues and to guide society. Proverbs are important in terms of both sociological and vocabulary. Âşık Seyrânî wrote his poems quite clearly and simply for the awareness of the public. On this occasion, Âşık Seyrânî discovered that proverbs were the most important means of enlightening the people and reflected them in his poems. As a matter of fact, in love Seyrânî, gave advice to society in his poems and sometimes criticized social corruption with his poems. In this study, the proverbs found in the poems of Asik Seyrânî were identified and the rich meaning and educational role of the proverbs in the poems were studied Proverbs distilled from society's wide filter of culture and civilization constitute a very important place that serves as a bridge from the past to the future.

Keywords: Âşık Seyrânî, Proverbs, Culture, Society

Giriş

Atasözleri ait oldukları milletlerin ortak, dil, tarih, kültür ve bilinçaltında yatan düşünce yapısını yansıtmaktadır. Her dilde farklılık gösteren atasözleri ait olduğu toplumun sosyolojik, psikolojik ve coğrafi altyapısını anlatmaktadır. Atasözleri ait oldukları toplumun söz varlığına göre değişiklik göstermekle birlikte bazı dillerde ve toplumlarda ortaklık göstermektedir. Toplumların yüzyıllar boyunca kültür ve medeniyet süzgecinden geçerek günümüze ulaşmış halk tarafından benimsenmiş ve doğruluğu tartışılmayan kalıpsal ifadelerdir. Doğan Kaya, atasözlerinin nitelik ve özelliklerini şu cümlelerle ifade eder: “*Atasözleri, kalıplaşmış ifadelerdir. Bir atasözünden kelime çıkarmak veya eklemek, aynı manaya gelecek bir kelime ile sözdeki kelimedede değişiklik yapmak onun özelliğini bozar. Kelimelerin sırası değiştirilemez*”(Kaya, 2010: 114).

Türk kültür ve geleneğine yerleşmiş atalar sözü anlayışı vardır. Bu anlayışa göre atasözleri, ulusal varlıklardır. Geniş halk yığınlarının yüzyıllar boyunca geçirdikleri denemelerden ve bunlara dayanan düşüncelerden doğmuşlardır(Aksoy, 1988:132). Bundan dolayıdır ki atasözleri gelenek, görenek, örf, âdet ve antropolojik yönden toplumların özeti durumundadır.

Atasözleri olay ve durumların kısa ve öz bir şekilde yoğunluğunu ifade eder. Duygu ve birikimi çok yüksektir. Nitekim atasözlerinde kullanılan çeşitli edebî sanatların (eğretileme, mecaz, vb.) söz tasarrufu sağlamak ve sözün etkisini güçlendirmek gibi iki önemli işlevi vardır(Erdem, 2010). Az söz ile çok şey anlatan çeşitli edebî sanatlara yer veren özlü sözlerdir. Toplum üzerinde eğitici bir etkisi vardır.

Tarihimiz ve edebiyatımızda atasözlerinin yeri oldukça büyüktür. Tarihimizde atasözleri farklı şekillerde adlandırılmıştır. Bunlar sav, vecize ve meseldir. Edebiyatımızın başlıca eserlerinden olan Divanü Lügat-it Türk'te atasözlerine sıkça rastlamak mümkündür. Edebiyatımızda yüzyıllar boyunca çeşitli şairler şiirlerinde atasözlerini şiirin manasını güçlü kılmak için kullanmıştır. Nitekim bu şairlerden birisi de Âşık Seyrânî'dir. Develili Âşık Seyrânî şiiri toplumu eğitmede bir araç olarak görmüş ve bundan dolayı şiirlerinde atasözlerine sıkça yer vermiştir.

Develili Âşık Seyrânî'nin Hayatına Dair Bir Özet

19. yüzyılda yaşamış Âşık edebiyatının ünlü şairi Seyrânî'nin asıl adı Mehmet'tir. Kayseri'nin Develi ilçesinde doğmuştur. Doğumu ile alakalı farklı rivayetler bulunmasına karşın en ağırlık kazanan görüşe göre 1800 yılında dünyaya gelmiştir. İlk eğitimini babasının yanında alan Seyrânî, daha sonra Halasiye Medresesine gitmiştir (Aydoğdu, 2011:162, Umagan, 2002: 152). Fakat buradaki eğitimini yarıda bırakmıştır. Yazmış olduğu şiirlerde bu medresede aldığı eğitimin izleri görülür. Gençlik yıllarını Develi ve çevresinde geçirmiştir. Genç yaşta şiire başlamış ve ünü kısa zamanda çevreye yayılmıştır. İstanbul'a kaç yılında gittiği ve orada kaç sene kaldığı tam olarak bilinmemekle beraber sözlü kaynaklara göre 1832'de İstanbul'a gittiği anlaşılmaktadır.

İstanbul'daki âşık kahvelerinde toplanan âşıklar kendi aralarında yarışır ve başarılı olan âşıklara saray tarafından çeşitli ödüller verilirdi. Seyrânî, bu atışmalarda yarıştığı çoğu şaire galip gelmiştir. İstanbul'daki varlıklı ve saraya yakın çevresinin iltifatına mazhar olan Seyrânî, kendisine bu denli ilgi gösterilmesine rağmen karakterinden taviz vermeyerek yolsuzluğa, haksızlığa savaş açmıştır. Onun eleştirilerinden sadrazamlar, padişahlar, din ve devlet adamları nasibini almıştır. O dönemin taklitçi yenileşme hareketlerine ve haksızlığa karşı çıkmış ve toplumun dile getiremediği durumları ustalıklı hicvetmiştir. (Akman, 2012: 145). İstanbul'da hayatı tehlikeye giren Seyrânî, çareyi buradan uzaklaşmakta bulmuştur. Nüfuzlu hemşerilerinin yardımıyla bir kervana katılarak İstanbul'dan Halep'e gitmiştir. Halep'te yaklaşık 3 yıl kalan Seyrânî, Bağdat ve Mısır'ı dolaştıktan sonra Develi'ye dönmüştür. Develi'ye geldikten sonra bir müddet bağ ve bahçe işleriyle uğraşmış ve daha sonra Seyrânî, sazını yanına alarak memleketin çeşitli yerlerini dolaşarak çalıp söylemiştir. Bir müddet gezdikten sonra yaşı ilerleyen Seyrânî, memleketine geri dönmüş ve 1866 yılında hakka yürümüştür(Yüksel, 1987, s. 1-8).

*“Tanrı kısmet kapısının
Kimin örter kimin açar”...
(Allah bir kapıyı örterse öbürünü açar)*

Şairin Allah'a saf bir kalp ile bağlı oluşu onun genel manada bir portresini de bizlere göstermektedir .(Birgöl,2019:111). Seyrânî Cenâb-ı Hakk'a tam anlamıyla teslimiyet göstermiş bir şairdir. Kuran-ı kerimde bakara suresi 216. Ayette “sizin için daha hayırlı olduğu halde bir şeyi sevmemeniz mümkündür. Sizin için daha kötü olduğu halde bir şeyi sevmenizde mümkündür. Allah bilir siz bilmezsiniz.” buyurulmuştur. Allah(cc) sonsuz akıl ve kudret sahibidir her şeyi özel bir plan ve kader dâhilinde yaratmıştır. Yarattığı her şeyde bir kader çizgisi ve levh-i mahfuz[†]da olanlar gizlidir. İnsanoğluna bazen güzel gelen şeylerde bir kötülük, kötü gelen şeylerde de bir güzellik olabilir. İşin aslında ise gaybı Allahtan başka kimse bilemez. Hayat çizgisinde insanoğlunun kaderi kendi çabasına bağlı olmakla birlikte inancımızda bazı şeylerin değişmeyeceği ve insanoğlunun başına gelen bazı şeylere teslimiyet göstermesi gerektiği belirtilmiştir. İşte Seyrânî'de kuran-ı kerimden aldığı ilim ve hikmetle etrafında gelişen olaylara gönül gözüyle bakmış ve şiirlerini buradan aldığı ilhamla söylemiştir.

“Sağ gözden sol göze yokdur faide

Bak kendi başının selametine”...

(Allah sağ gözü sol göze muhtaç eylesin)

Seyrânî kişinin ne yaparsa kendisinin yapacağını belirterek, kimseden medet beklemeden kendi meselelerine ancak kendisinin çözüm getireceğini, bu anlamda kişinin kendisini geliştirmesi ve bir kimseden beklentiye girmek yerine kendisinin durumu algılayıp çözmesini nasihat eder. “Allah kimseyi kimseye muhtaç etmesin” sözlerini bizlere anımsatmaktadır(Çetin, 2019:120).

“Altun eğer vursan eşek at olmaz

Şimdi kişi bildiğine gidiyor”...

(Altın eğer vursan eşek at olmaz)

Bu şiir bizlere “Eşeğe altın semer vursan eşek yine eşektir” atasözünü hatırlatıyor. Bu atasözü bizlere bir kişinin kılık kıyafet, makam mevki ve para ile değişmeyeceği cahil ise bunların kişiye bir fayda sağlamayacağını belirtmektedir. Yine benzer bir şekilde kullanılan “Aptal ata binince bey oldum sanır, şalgam aşı girince yağ oldum sanır” atasözü akıllara gelmektedir. Bu atasözleri ile Seyrânî devrinde yaşamış devlet adamları din adamları ve kendini âlim zanneden cahilleri hiciv sanatı ile eleştirmiştir. Kişiliği ve duruşu olmayan insanlara hiçbir makam, mevki ve rütbenin fayda sağlamayacağını büyüklük taslamamanın boşuna olduğunu belirtmiştir.

“Meseldür arife tarif ne hacet

Beni naçar[‡] eden sen değil misin”...

(Arife tarif gerekmez)

[†] Allah kudretiyle olacak şeylerin üzerinde yazılı olduğu levha. Bir âyette Kur'an-ı Kerim'in Levh-i mahfûz'da tesbit edilmiş olduğu bildirilir(Bürûc/22). (Pala, 2012:287-288)

[‡]Naçar: Çaresiz, mecbur anlamına gelmektedir. Bakınız. (Kestelli, 2011:353).

İlim ve irfan sahibi olan bir kişiye bir şeyi uzun uzun anlatmanın gereği yoktur. Arif kişi deyim yerindeyse leb demeden leblebiyi anlayan kişidir. Kişinin ağzından çıkan söz ile aslında neyi kastettiğini tam manasıyla bilir ve sezgisiziyle anlar. Aslında şairlerde bu yönüyle bakıldığında ariftirler sezgi ve duygu yönleri çok ağır basar. Seyrânî’de bu üstün vasıflarıyla arife tarif gerekmeceğini atasözü ile şiirinde belirtmiş ve kendisine gelen ilhamı gönül süzgecinden damıtarak şiir yolu ile gönüllere nakşetmiştir.

*“Yanmasa ateşin tütmez tütünü
Allah yardımcısı sıdkı bütünü”...
(Ateş olmayan yerden duman çıkmaz)*

Bir olayın gizli kalması mümkün değildir. Her olayın bir başlangıcı ve bir sonucu vardır. Ortada bir söylenti varsa bu sebepsiz değildir ve mutlaka bu söylentiye yol açan bir kaynağı vardır. Fakat bazen söylentilerin kaynağı belli olmayabilir ve iftira olabilir. Seyrânî bu şiirle ateş olmayan yerden duman tütmeceğini, fakat ortada bir iftira varsa iftira atılan kişinin kalbi temiz ve doğruysa haksız yere bir iftira atılmışsa o kişinin Allah yardımcısı olduğunu belirtmiştir.

*“Bal tutan elbette parmağın yalar
Cismime hüsnünden gör ne bulaştı”...
(Bal tutan parmağını yalar)*

Bir yerlerde insanlara hizmet eden iyi şeyler sunmakla mükellef olan kimsenin bu saygılı ve özverili çalışmayla halkın takdirini topladığı bu sayede insanlara verdiği şeylerden kendisinin de faydalandığını ve bununda halk tarafından hoş karşılandığını belirtmek için kullanılan bir atasözüdür. Deyim yerindeyse gül dağıtanın elinde gül kokusu kalır. Seyrânî tam manasıyla bir halk aşığıdır. Sevgiliye gönülden duyduğu sevgi ve muhabbetle sevgilinin güzelliğinden kendisini de güzellik bulaştığını bu atasözü ile anlatmıştır.

*“Balık başdan kokar bunu bilmemek
Seyrânî gafilin ahmaklığından”...
(Balık baştan kokar)*

Bir toplumda ya da bir işte bir bozukluk var ise bunun baştaki yöneticilerin tutumundan kaynaklanacağını anlatmaktadır. Şairler şiirlerinde sadece aşk, sevgi ve güzellik gibi konuları anlatmazlar bir bakıma toplumun önderi ve sözcüsü görevini de üstlenmişlerdir. Kimsenin konuşmaya cesaret edemediği zamanlarda toplumun önüne çıkmış ve halkın gönlünden geçen düşünceleri şiirleriyle söylemişlerdir. Seyrânî de bu şiir ile devrindeki bozuklukların ve aksaklıkların müsebbibinin yöneticiler olduğunu hiciv yoluyla belirtmiştir.

*“Sermayesi olan gider kârına
Bugünün işini koma yarına”...
(Bugünün işini yarına koma)*

Şiirlerinde atasözlerinden yararlanarak İrsal-i Mesel sanatını kullanan Seyrânî buradaki nasihatinde “Bu günün işini yarına bırakma” diyerek öğüt vermektedir. Her işin zamanında yapılması gerektiğini bildiren şair bu dizelerinde hemen hemen herkese hitap edebilmektedir (Çetin, 2019:120).

*“Eğri okla doğru nişan vurulmaz
Doğru ok atılmaz eğri kemansız”...
(Eğri okla doğru nişan vurulmaz)*

Bir işi yaparken doğru bir şekilde başlamak gerektiği, haram üzerine helal bina inşa edilmeyeceği bu atasözü ile belirtilmektedir. Yanlış bir yoldan başlanılan işten doğru bir sonuç çıkmayacağı, bir işin sonucunun hayırlı olması için başlarken niyetinde hayırlı olması gerektiği söylenmiştir. Seyrânî bizlere doğru ve dürüst olmanın ne kadar gerekli olduğunu anlatmaktadır.

*“Bir ekmenin olur bir de biçmesi
Bir konmanın olur bir de göçmesi”...
(Eken biçer, konan göçer)*

Kuran-ı Kerimde Ankebut suresi 57. Ayette “her nefis ölümü tadacaktır, sonra bize döndürüleceksiniz” buyurulmuştur. Doğan her canlı ölüme de mahkûmdur. Başlayan her şey biter. Bununla birlikte ekilen her şeyin yapılan bir işin sonucu ve hasat vakti olduğu belirtilmektedir. Seyrânî bu şiirle dünya hayatının gelip geçici olduğu ve ahiret yurduna gidileceği, dünyada yapılan her işin hesabının mizan terazisinde ölçüleceğini, dünya hayatının ahiretin tarlası olduğunu söz yerindeyse kişinin ektiğini biçeceğini söylemektedir. Ve insanları bu vesileyle çirkin ve fena işler yapmamaları için uyarmaktadır.

*“El küpüne elde turşu kurucu
Var seyrânî olma aslın sorucu”...
(El küpüne turşu kurulmaz)*

Bu atasözü bizlere “başkasının ipiyle kuyuya inilmez” deyimini hatırlatmaktadır. Bu şiirde Seyrânî başkasına güvenerek bir iş yapılmayacağını bunun sonucunun iyi bir netice getirmeyeceğini anlatmaktadır. Seyrânî bu şiirde adeta “minnet eylemem” diyerek haktan başkasına güvenmediğini dile getirmiş ve bu yolla halka öğüt vermiştir.

*“Dök Seyrânî gözden yaşı
Sağlıktır her işin başı”...
(Her işin başı sağlıktır)*

Seyrânî her işin başının sağlık olduğunu, sağlık olmadan insanın mutlu olamayacağını bize bu şiirle hatırlatmaktadır. Bu atasözü bize Kanuni Sultan Süleymanın şu meşhur beyitini hatırlatmaktadır:

“Halk içinde yok muteber bir nesne devlet gibi, olmaya devlet cihanda bir nefes sıhhat gibi”

*“Mühür kimde ise ana demişler
Alemde Seyrânî Süleyman[§] deyü”...
(Mühür kimde ise Süleyman odur)*

Hız. Süleyman’ın peygamber ve hükümdar olduğunu belirten bir mührü vardı. Bu mühür yetki gücünün nişanesi olarak görülmüştür. Buradan hareketle söze şu anlam verilmiştir. Bir işte yetki kimde ise kuvvet ondadır, onun buyrukları geçer. Bir işte akıllı, bilgili ve tecrübeli olanın değil yetkili olanın sözü geçer. Seyrânî bu şiirle yetki kimde ise itibarın o kişiye olduğunu, liyakate uygun olanın değil yetki sahibinin sözünün geçtiğini hatırlatarak devlet büyüklerine hicivde bulunmuştur.

*“Tırnak bulur isen başın kaşırdın
Seyrânî’yi doğru yoldan şaşırdın
Ey nefsim cürmümü** başdan aşırdın
Tövbekar olmağa yeminli misin”...
(Tırnağın varsa başını kaşı)*

Kendi işini kendi görmenin gerekliliği bize “kendi göbeğini kendi kesmek” deyimini hatırlatmaktadır. İlk başta insanın kendisine faydasının dokunacağı belirtilmiştir. Seyrânî bu şiirle iç dünyasına yönelmektedir. Kendi günahının çok olduğunu, insanlara vaaz vermekten çok kendi günahına bakması gerektiğini, insanın başkalarına nasihat verebilmesi için önce kendisini düzeltmesi gerektiğini özeleştiri yaparak açık bir şekilde anlatmıştır.

*“İki (sığır) bir hayatda sulanmaz
Irmak bulanır da derya bulanmaz
Mecaz ipi hakikiye ulanmaz
İncelüb Seyrânî üzölmeyince”
(Bir yalaktan iki sığır sulanmaz)*

Bu şiir bizlere “ bir ip te iki cambaz oynamaz” deyimini hatırlatmaktadır. Seyrânî bu şiirle iki işin aynı anda olmayacağını, o işte başarıya ulaşamayacağını, o işten medet ummanın doğru olmayacağını hatırlatmaktadır.

Sonuç

Edebiyatımızda şairler ve yazarlar pek çok söz sanatı ve kalıp ifadelerden faydalanmışlardır. Nitekim bunların içerisinde şiirlerin yeri de yadsınamayacak şekilde büyüktür. Şiirler bazen sayfalarca anlatamayacağımız bir duygu ya da düşünce silsilesini

[§] Davud peygamberin oğlu olan Süleyman peygamber. Peygamberliğinin yanı sıra hükümdarlığı ile de meşhurdur. İnsanlara, cinlere ve hayvanlara hükmetmiştir. Süleyman mührü de hükümdarlığının nişanesidir. Detaylı bilgi için bakınız(Pala, 2012:411-412)

** Cürm:Suç, günah anlamlarına gelmektedir bkz (Devellioğlu,2012:168).

bir mısra ya da beyitte kısa ve öz şekilde anlatmaktadır. Bu açıdan bakıldığında şiirler az sözle çok anlam ifade eden yoğun düşünceyi aktaran metinlerdir. İşte bu noktada atasözleri de şiirler gibi az sözle çok anlam ifade ettiği için ortak bir payda da buluşurlar. Şiirler ve atasözlerinin benzer yönlerini kadim çağlardan beri keşfeden şairler bu sav ve atasözlerini eserlerinde kullanmış, birikimlerini halka aktarmış ve unutulmaması için katkı sağlamışlardır. Bundan dolayıdır ki atasözleri ile ilgili inceleme yapan bir araştırmacının şiirleri muhtevasında barındırdığı söz kalıpları yönünden incelemesi gerekmektedir. Halkın duygu, düşünce ve birikimini geçmişten geleceğe aktarması yönüyle atasözleri şiirlerin içerisinde barınmış ve canlılığını yitirmemiştir. Develili âşık Seyrânî de engin bilgi ve birikimini şiirleri vasıtasıyla halka aktarırken atasözlerini kullanmıştır. Atasözlerini şiirlerinin mana deryasında eriten Seyrânî, yaşadığı dönemin Türkçesine ve söz varlığına katkı sağlamıştır. Yazılı kültür yoluyla döneminin söz varlığını halka aktarması yönüyle Türk edebiyatına sağlam bir vesika kazandırmıştır. Söz sanatları, kalıp ifadeler ile ilgili inceleme yapan araştırmacılara döneminin söz varlığını aktarması yönüyle ışık tutmuştur.

Kaynakça

- Aksoy, A. Ö. (1988). Atasözleri ve Deyimler, *Bellekten-1962, Tdk Yayınları:217*, Ss.132-166.
- Aydoğdu, B. (2011). *Türk Edebiyatında Seyrânî Olgusu: Develili Seyrânî Ve Eserleri (İnceleme-Metin)*, Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Türk Dili ve Edebiyatı Anabilim Dalı, Doktora Tezi.
- Birgül, M. (2019). Develili Âşık Seyrânî'nin İnanç Dünyası ve Bu Dünyanın Şiirlerine Yansıması, *II. Uluslararası Develili Âşık Seyrânî ve Türk Kültürü Kongresi, 2. Kitap Âşık Seyrânî Bildirileri*, Sayfa:110-115.
- Çetin, O. (2019). "Develili Âşık Seyrânî'nin Şiirlerinde Nasihat Örnekleri", *II. Uluslararası Develili Âşık Seyrânî Ve Türk Kültürü Kongresi, 2. Kitap Âşık Seyrânî Bildirileri*, Sayfa:117-121.
- Devellioğlu, F. (2012). *Osmanlıca-Türkçe Ansiklopedik Lugat*, Ankara: Aydın.
- Erdem, S. (2010). "Atasözlerinde Metaforların İşleyişi", *Millî Folklor Dergisi*, 22(88), 33-37.
- İslamoğlu, M. (2002). *Seyrânî, Hayatı, Kişiliği, Sanatı, Şiirleri*, İstanbul: Denge.
- Kaya, D. (2010). *Ansiklopedik Türk Halk Edebiyatı Terimleri Sözlüğü*. Ankara: Akçağ.
- Kestelli, R. N. (2011). *Resimli Türkçe Kamus*, Ankara: TDK.
- Pala, İ. (2012). *Ansiklopedik Divan Şiiri Sözlüğü*, İstanbul: Kapı.
- Yüksel, H. A. (1985). *Develili Âşık Seyrânî ve Şiirleri*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Çalışanların Tükenmişlik Seviyelerinin R Programı ile Analizi*

Analysis of Employee Burnout Levels with R Program

Dr. Öğr. Üyesi Halil Özcan Özdemir[†] Prof. Dr. Ufuk Karadavut[‡] Uzm. Galip Şimşek[§]

Başvuru Tarihi: 18.12.2019

Kabul Tarihi: 13.02.2020

Özet

Tükenmişlik sendromu yapılan işten artık hiç tat alamama olarak ifade edilebilir. Madencilik sektörü çalışanlar açısından en zor alanlardan birisidir. Bu amaçla madencilik sektörlerinden birisi olan kömür madenlerinde çalışan kişilerin mesleklerindeki tükenmişliklerinin belirlenmesi önemlidir. Bu alanda uygulanabilecek iyileştirici yöntemlerin bulunması madencilik sektörüne önemli ve olumlu katkılar sağlayabilecektir. Bu çalışma kömür üretimi yapan işletmelerde rastgele seçilen 240 kişi ile Maslach Tükenmişlik Ölçeği ile elde edilen birincil veriler kullanılarak yapılmıştır. 22 adetten oluşan sorulara beş ayrı cevap vermeleri istenmiştir. Sorulara cevap verirken çalışanlar çalışma alanlarına göre gruplara ayrılmışlardır. Buna göre 7 ayrı grupta toplanan meslek gruplarına göre cevaplar değerlendirmeye alınmışlardır. Elde edilen sonuçların analizleri R Project istatistiksel paket programıyla yapılmıştır. Meslek grupları arasındaki farklılıklar ki-kare testi uygulanarak belirlenmiştir. Sonuç olarak, meslek grupları arasında tükenmişlik bakımından önemli farklılıkların olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: İşçi, R Project, Tükenmişlik

* IV. European Conference on Science, Art & Culture ECSAC'19 – Antalya, Turkey, April 18-21, 2019 isim ve tarihli kongrede özet olarak sunulmuş bildirinin genişletilmiş halidir.

[†] Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım İşletmeciliği ABD, hoozdemir@ahievran.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0021-3618

[‡] Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Biyometri ve Genetik ABD, ufukkaradavut@ahievran.edu.tr, ORCID: 0000-0001-5362-7585

[§] Kırşehir Ahi Evran Üniversitesi Ziraat Fakültesi, Biyometri ve Genetik ABD, galipsimsek@hotmail.com, ORCID: 0000-0002-7549-8742

Abstract

Burnout syndrome can be expressed as a lack of taste from the work which the workers has already done. Mining sector is one of the hardest ones for employees. For this purpose, it is important to determine the depletion of workers in coal mines, one of the mining sectors. The presence of healing methods that can be applied in this area will be able to make significant and positive contributions to the mining industry. This study was made with the help of the primary data obtained from Maslach burnout scale with 240 randomly selected persons in coal production companies. They were asked to answer 22 questions. In the beginning of the study, the employees were divided into groups according to their working areas. The answers were evaluated according to the occupational groups in 7 different groups. Analysis of the results were performed with R project statistical package program. Differences between the groups were determined by Chi-square test. As a result, it was found that there were significant differences in burnout among occupational groups.

Keywords: İşçi, R Project, Burnout

Giriş

Elbette ki madencilik dünya genelinde bilinen en zor ve en riskli işlerden birisidir. Madencilik sektörü içerisinde yer altından kömür çıkaran madenciler oldukça fazla sayıya sahiptirler. Gününün çoğunu yer altında yaşayarak ekmeklerini kazanan madenciler aynı zamanda buldukları ortama da uyum sağlamak zorunda kalmaktadırlar. Uyum sağlayamayanlar ise; başka işlerle geçimini sağlamak zorunda kalmaktadırlar. Uyum sağlayanlar ise çalıştıkları yerlerde fiziksel ve biyolojik bazı sıkıntıları yaşamakla birlikte aynı zamanda psikolojik olarak ta ciddi sıkıntılar yaşayabilmektedirler (Brunette ve ark., 2011). Buna ek olarak madencilerin aldıkları maaşların bir vatandaşın sağlıklı bir şekilde yaşaması için gerekli olan standartları karşılamaktan çok uzak olması nedeni ile sağlıklı bir hayat sürme konusunda da sıkıntılarla yüzleşmektedirler.

Özellikle son zamanlarda yoğunlaşan maden kazaları nedeni ile alınan güvenlik tedbirlerinin yetersizliği çokça konuşulur olmuştur. Bütün ocakların aynı olduğunu söylemek elbette doğru olmayacağı gibi işini düzgün yapan maden işletmeleri için böyle bir iddiada bulunmak büyük bir haksızlık olacaktır. Ancak özellikle bazı özel ya da kaçak çalışan kömür işletmelerinde ciddi tedbirlerin alınmadığı ya da göz ardı edildiği anlaşılmaktadır. Yetkililerin konu ile ilgili olarak ciddi görünen gayretlerinin olduğu anlaşılmaktadır. Ancak bunların ne derece ciddi ve yerinde olacağı zaman içerisinde kendisini gösterecektir. Ancak ülkemizin iş kazaları bakımından Avrupa'da birinci sırada olduğumuz düşünüldüğünde çok dikkatli olunması gerektiği açıktır (Eurostat, 2018). Genel olarak bakıldığında madencilik sektörü yer altında olması ve doğası gereği zorlukları bünyesinde taşımaktadır. Bu nedenle de kaza riskinin en yoğun olduğu çalışma alanlarından biri olarak kabul edilmektedir (Özcan, 2016). Müftüoğlu ve Tanış (2010) yaptıkları çalışmada dünya genelinde çalışanların ancak %1'inin madencilik sektöründe

çalıştığını, ancak iş kazalarının yaklaşık %8'inin madencilik sektörde görüldüğünü belirtmişlerdir. Elbette bu bilgiler sektörde çalışanların memnuniyetlerinin çok yüksek olmayacağı göstermektedir.

Tükenmişlik hem işletmeler hem de bireyler açısından, Ortaya sorunlar çıkaran önlenmesi gereken bir durumdur. Tükenmişlik sorunu günümüzde örgütlerin karşı karşıya kaldığı önemli bir sorun haline gelmiştir. Küreselleşme ve teknolojinin gelişmesi, örgütlerde hızlı değişimlere neden olmaktadır. İşgörenlerin beklentilerinin artması, zamanın daha değerli bir hale gelmesi, örgütlerde gerilimi artırmakta ve bu gerilim tükenmişliği ortaya çıkarabilmektedir.

Literatür Taraması

Chen ve arkadaşları (2015) Çin'deki madencilik sektöründeki güvenlik ile tükenmişlik arasındaki ilişkiyi ortaya koymuşlardır. Araştırmacılar tükenmişlik ile çocuk sayısı arasında ters orantı bulmuşlardır. Tükenmişlik sendromu yaşayanların çocuk sayısı az olurken, yaşamayanların çocuk sayısının yüksek olduğu belirtilmiştir. Okakin ve Ürek (2018) kömür maden sektöründe çalışanların tükenmişlik düzeyleri örgütsel faktörler açısından ele almışlardır. Bu doğrultuda Türkiye Taşkömürü İşletmesi çalışanlarıyla derinlemesine görüşme yaparak belirli sonuçlar elde etmişlerdir. Araştırma sonucunda özellikle yeraltında çalışan işçilerin iş yükünün fazla ve kurumda ödül sisteminin başarısız olduğu sonucuna varmışlardır. Adaletsiz bir ücretlendirme sisteminin olduğu ve iş ortamının olumlu olmadığı gibi hususları diğer önemli noktalar olarak görmüşlerdir. Kesim ve Uysal (2014) TTK da çalışan mavi yakalı işgörenler üzerinde yaptıkları çalışmada işgörenlerin tükenmişliklerindeki 1 birimlik artışın performanslarında 0,460 birimlik bir azalışa sebep olduğunu tespit etmişlerdir. Yelboğa (2018) ise; Murgul Maden Ocağı'nda çalışan 9 işçi ile nitel görüşme yöntemi ile yapmış olduğu çalışmanın sonucuna göre; maden ocağının bölge insanına önemli bir iş imkânı sunduğu ve bölgeyi ekonomik ve sosyal açıdan kısmen de olsa canlı tuttuğu sonucuna ulaşmıştır. Ayrıca işçilerin sosyal ilişkilerinin çalışma koşullarından ciddi anlamda etkilendiği, iş kazası risklerinin, uyku ve vardiya problemlerinin psikolojik açıdan yaşamlarını etkilediği sonuçlarına ulaşmıştır.

Yukarıda değinilen literatürdeki yapılmış kısıtlı çalışmalar incelendiğinde akademisyen, hemşire, öğretmen vb. gibi meslek gruplarındaki işgörenlerin tükenmişliklerine yönelik çalışmaların çokluğu dikkati çekmektedir (Aksu ve Baysal, 2005; Ardıç ve Polatçı, 2008; Günüşen ve Üstün, 2010;). Türkiye ekonomisinde önemli bir yere sahip olan madencilik sektöründeki işgörenlerin tükenmişlik düzeylerine yönelik araştırmaların kısıtlılığı dikkati çekmektedir. Bu nedenle bu çalışma ileriden madencilik sektöründe ve benzer sektörlerde örgütsel davranış konularında çalışma yapacak kişilere örnek olması açısından önem arz etmektedir.

Materyal ve Metot

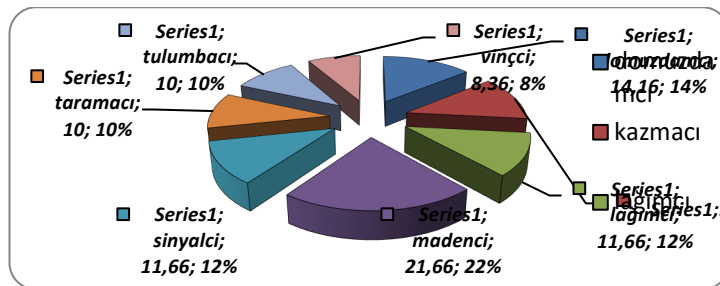
Bu çalışma Zonguldak Taş Kömürü İşletmelerinde çalışanların yaptıkları işlerdeki durumlarını belirlemek ve tükenmişlik durumlarını belirlemek istenmiştir. Materyal

olarak işletmede çalışan bireyler ile yapılan birebir görüşmelerden elde edilen veriler kullanılmıştır. Sorular hazırlanırken etik kurallara özellikle dikkat edilmiş ve insancıl düşünce her zaman için öncelikli olmuştur. Hazırlanan sorularda çalışanların tükenmişlik durumları ölçülmeye çalışılmıştır. Toplamda 20 sorudan oluşan Maslach Tükenmişlik Ölçeği kullanılmıştır. Bunun için öncelikle çalışanların kimler arasından seçileceği ve kimler olacağı belirlenmiştir. Madende çalışan sekiz ayrı meslek grubu (Domuzdamcı, Kazmacı, Lağımıcı, Madenci, Sinyalci, Taramacı, Tulumbacı ve Vinççi) tespit edilmiştir.

Örnekleme yapılırken bütün meslek gruplarından örnek alınarak çalışmanın güvenilirliğinin artırılması amaçlanmıştır. Bunun içinde her grup içinde basit rastgele örnekleme yöntemi kullanılarak toplan 240 çalışan ile görüşme yapılmıştır. Görüşmeler bire bir olarak ve yüz yüze yapılmıştır. Ankete katılan 240kişiden 34 kişinin domuzdamcı, 30 kişinin kazmacı, 28 kişinin lağımıcı, 52 kişinin madenci, 28 kişinin sinyalci, 24 kişinin taramacı, 20 kişinin vinççi ve 24 kişinin ise tulumbacı'dan oluşmuştur. Yapılan bu çalışmada basit rastgele örnekleme yöntemi ile seçilen Zonguldak Taş Kömürü işletmelerinde çalışan 240 madenciye yüz yüze görüşme metodu ile önceden hazırlanan 22 sorudan oluşan Maslach Tükenmişlik Ölçeği uygulanmıştır. Maslach Tükenmişlik Ölçeği ile elde edilen birincil veriler kullanılarak yapılmıştır. 22 adet soru için beş ayrı cevap alınmıştır. Her çalışma grubu için ayrı ayrı cevaplar alınmış ve bunlar sonradan bir araya getirilmişlerdir. Elde edilen sonuçların analizleri R Project istatistiksel paket programıyla yapılmıştır. Meslek grupları arasındaki farklılıklar ki-kare testi uygulanarak belirlenmiştir.

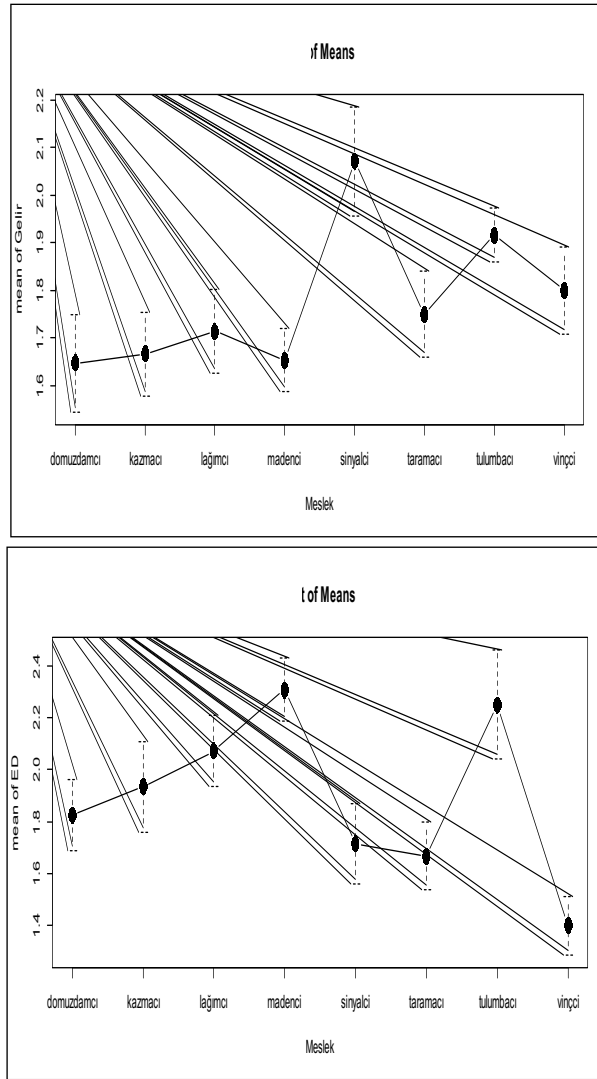
Bulgular ve Tartışma

Zonguldak Taş Kömürü işletmesinde çalışanların tükenmişlik analizleri için yapılan sekiz ayrı meslek gruplarının dağılımı Şekil 1'de gösterilmektedir. Şekil incelendiğinde en az çalışanın %8 ile vinççilerde olduğu görülürken, bunu %10 ile taramacı ve tulumbacılar oluşturmuştur. En çok çalışan grubu ise %22 ile domuzdamcılarda gerçekleşmiştir. Bunu %14 ile tulumbacılar izlemiştir. Görüleceği gibi çalışmada bütün meslek gruplarındaki çalışanlar sayıya bağlı olarak dengeli bir örnekleme tabii tutulmuşlar ve buna göre uygun örnek sayısına ulaşılmıştır. Uygun örnek sayısına ulaşılması her zaman için önerilen ve gerekli olan bir özellik olarak kabul edilir (Karadavut, 2019). Elde edilen bu sayılara göre yapılan çalışmanın çalışan dağılımının sağlıklı sonuç için uygun olduğu söylenebilir.



Şekil 1. Madencilerin alt çalışma gruplarına göre ayrılması

Çalışmaya katılanların gelir durumlarını meslek gruplarına göre ayrılması ile elde edilen dağılım Şekil 2’de gösterilmektedir. Ortalama gelir durumu bakımından sinyalcilerin en yüksek gelire sahip oldukları görülmektedir. Bunu ise tulumbacılar izlemiştir. En düşük gelir grubuna girenler ise domuzdamcı ve madenciler olmuştur. Sinyalciler ve tulumbacılar gerekli ortam ve donanım sağlandığında pompaların çalıştırılmasını, tamir ve bakımını, iş sağlığı ve güvenliği kurallarına uygun şekilde yapabilen ve gerektiği zaman gerektiği şekilde sinyallerin verilmesi bakımından biraz daha teknik bir alan olarak görülmektedir. Bu nedenle daha ön plana alınmaktadır.

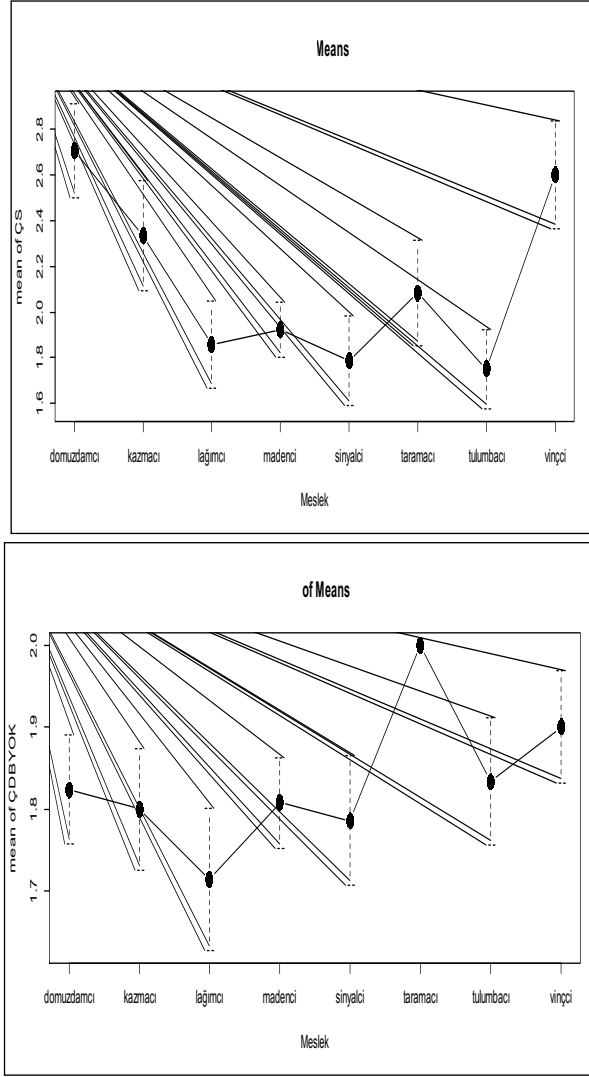


Şekil 2. Meslek gruplarına göre gelir ve eğitim durumlarının dağılımı

Shirom (1989) ve Cordes ve Dougherty (1993) kişisel olarak özel iş gerektiren alanlardaki çalışanlara öncelik verilmesi gerektiğini belirtirken, González-Romá and Bakker (2002) ise operasyonel mesleklerin ön plana alınması gerektiğini belirtmiştir. Bu iki iş kolunun Operasyonel olarak kabul edildiği görmekteyiz. Eğitim durumları bakımından incelendiğinde ise çalışanların genel olarak ilkökul ve ortaokul mezunlarından oluştuğu

görülmektedir. Rothmann ve Pieterse (2007) Güney Afrika'da yaptıkları çalışmada okumayanların bu sektörde çalıştıklarını belirtmiş ve eğitim seviyesinin çok düşük olduğunu belirtmiştir. Ayrıca Paul ve Maiti (2007) benzer sonuçlardan bahsetmiştir. Çalışmamızda lise mezunu sayısının çok az olması bu mesleğin genel olarak düşük eğitim grubundaki kişilerin yaptığını ya da bir şekilde okuyamayanların zorunlu olarak yaptıkları iş olarak değerlendirilebilir.

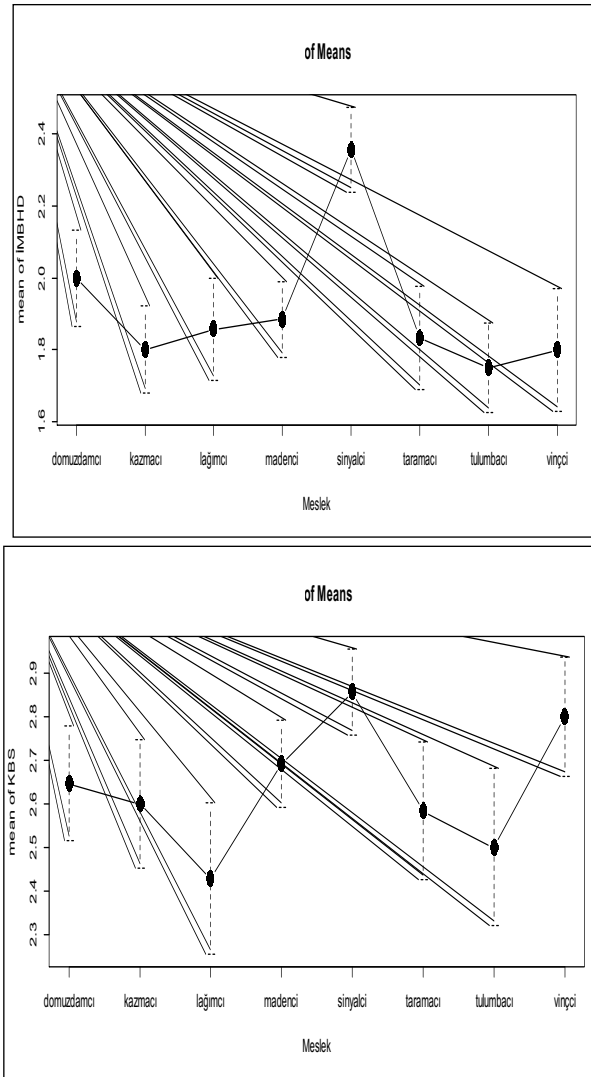
Madende çalışanların sahip oldukları çocuk sayıları bakımından önemli farklılıklar gözlenmiştir. Tükenmişlik sendromuna yakalanmış olan çalışanların genel olarak çocuk yapmaktan kaçındıkları belirtilmektedir (Chen ve ark., 2015). Bunun beklenen bir sonuç olduğu söylenebilir. Çünkü yapılan çalışmalarda özellikle madencilik sektöründe çalışanların az sayıda çocuk sahibi olma yönünde eğilimleri vardır. Vinççi ve domuzdamcılarının daha yüksek çocuk sayısına sahip oldukları gözlenirken, diğer meslek gruplarının ise daha az çocuk sayısına sahip oldukları tespit edilmiştir. Curbow ve ark. (2006) madencilerin genel olarak az çocuk yapmayı tercih ettiklerini belirtirken, Deacon ve Kew (2006) ise sağlık sorunlarını ön plana taşımışlardır. Yelboğa (2018) bakır madeninde yaptığı çalışmada madencilerin genel olarak 2 çocuğa sahip olduklarını belirtmiştir. Elde ettiğimiz sonuç araştırmacıların sonuçlarına benzer niteliktedir. Ailelerin bakmakla yükümlü olduğu çocuk dışındaki birey sayısına bakıldığında ise taramacıların daha fazla kişiye baktıkları görülmektedir. Bunlar da genel olarak anne ve baba olduğu görülmektedir. En az sayı ise lağımıcılarda söz konusu olmuştur. Bu değişim çalışanların genel olarak aile büyükleri ile birlikte kalmaları ve hayatı paylaşmalarından kaynaklanmaktadır. Madencilerde ölüm gerçeği yaşamın her bir anında dikkate alınması gereken bir konu olması nedeniyle yaşam şeklini ve aile yapısını etkilemektedir (Koç, 2009). Özkan da (2012) çalışmasında benzer etkilerden bahsetmiştir.



Şekil 3. Meslek gruplarına göre çocuk sayısı ve çocuk dışı bakmakta olduğu kişi dağılımı

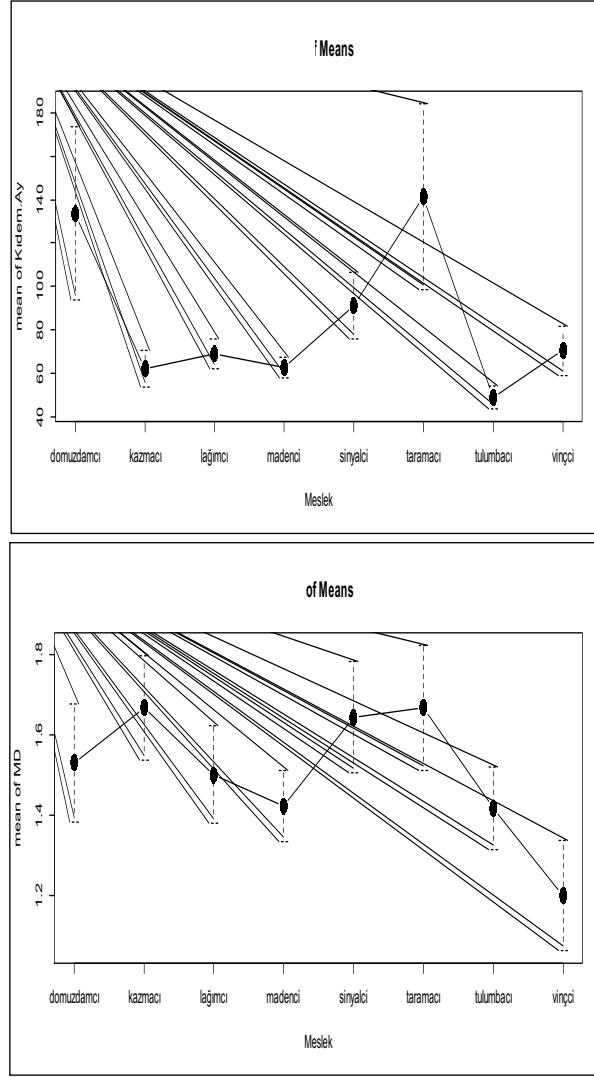
Maden sektöründe çalışanların çalıştıkları işleri beğenmesi ve severek yapması memnuniyet ya da tükenmişlik durumlarını belirlemede önemlidir (Amponsah-Tawiah ve ark., 2013). Tükenmişlik sendromu yaşama büyük ölçüde işyerinden yeterince memnun olmama ile ilgili bulunmaktadır (Chen ve ark., 2013). İşe bağlılık ve onu benimseme yaşam koşullarının uyumu ve insanca yaşama olanaklarının sağlanması ile doğrudan ilgili bulunmaktadır (Mateen ve Dorji, 2009). Çalışan işini ne kadar severse tükenmişlik sendromundan uzaklaşması veya ona yakınlaşmaması sağlanmış olur. Ancak ülkemizde bunun pek sağlanmadığı ve hatta tükenmişlik sendromunun yaşanması için her türlü altyapının mevcut olduğunu görebiliyoruz (Kesim ve Uysal, 2014). İşe bağlılık sadece işin iyi olması değil aynı zamanda iş arkadaşlarının ve paydaşlarının da iyi olması ve uzlaşmasıyla mümkün olabilmektedir. Çalışanların meslek gruplarına göre mesleğine bağlılık durumlarına ait sonuçlar ile yine çalışanların kişisel bilgi, beceri sağlayan

olanakların durumu Şekil 4’de verilmiştir. Şekil incelendiğinde iş yerine bağlılığın en yüksek olduğu meslek grubunun sinyalciler olduğu görülmektedir. Bunu domuzdamcılar izlemiştir. İşe en az bağlı olanlar ise tulumbacılar olarak belirlenmiştir. Ancak sinyalciler dışında diğer meslek gruplarının işe bağlılık seviyeleri arasında ciddi bir farklılık tespit edilmemiştir. Maslach (2003)’a göre tükenmişlik, işyerinde var olan stres kaynaklarının çalışmada oluşturduğu tepki olarak tanımlanmaktadır. Yapılan çalışmada sinyalcilerin dışında kalan meslek gruplarının tükenmişliğe daha yakın oldukları söylenebilir. Ancak yakın olması demek bunu yaşayacakları anlamını taşımayacağına bilinmesi gerekir. Fakat tedbir alınması gerektiğinin bir uyarısı olarak değerlendirilebilir (Hobfoll ve Freedy, 1993). Bundan kaçınabilmek için çalışanların bilgi ve becerilerinin artırılması olanaklarının artırılması faydalı olacaktır. Özellikle lağımçı ve tulumbacıların bu konuda diğer gruplara göre daha fazla desteğe ihtiyaç duydukları anlaşılmaktadır.



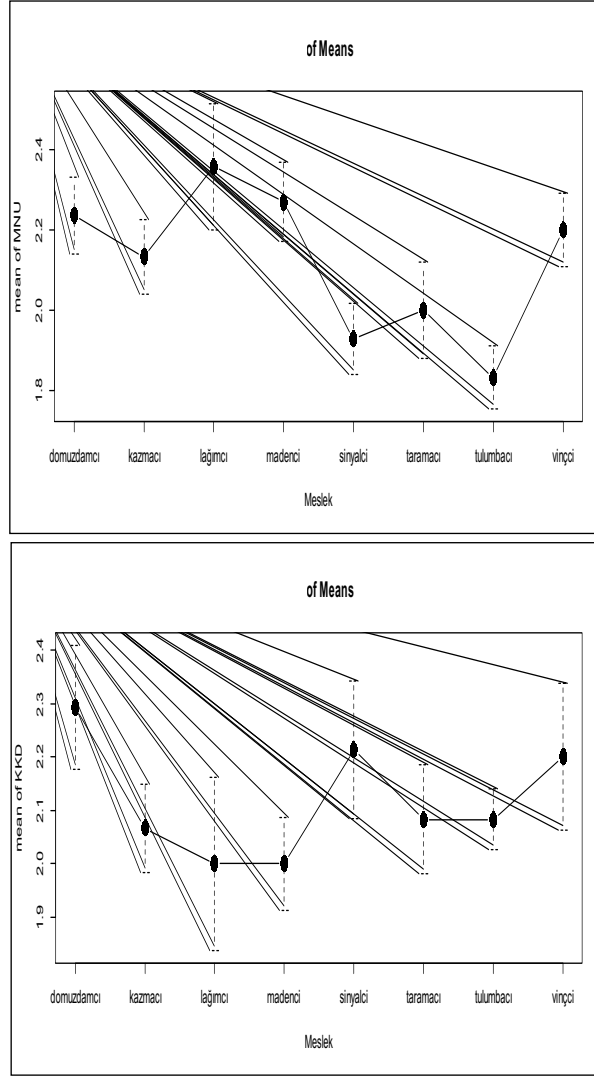
Şekil 4. Meslek gruplarına göre mesleğine bağlılık ve kişisel bilgi, beceri sağlayan olanaklar dağılımı hakkındaki düşüncelerin dağılımı

Çalışanların çalışma süreleri, çalışma alanlarındaki etki kadar önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır (Hobfoll ve Freedy, 1993). Çalışma saatlerine bağlı olarak günlük, haftalık ya da aylık çalışma tükenmişliği tetikleyici etki yapabilmektedir. Yapılan çalışmada taramacıların en çok çalışan meslek grubu olduğu (95-162 saat/ay) belirlenmiştir (Şekil 5). Bunu 95-158 saat/ay ile domuzdamcılar izlemiştir. En az çalışanların ise ortalama 55 saat/ay ile tulumbacıların olduğu görülmektedir. Dikkat edilirse çalışma saatlerinde farklılıklar vardır. Bu çalışmanın özelliğine ve içeriğine göre değişmektedir (Yu ve Chen, 2013). Ancak değişimin çok artması yanlış algılara neden olabildiği gibi hoşnutsuzluğunda kaynağı olabilmektedir (Paul ve Maiti, 2007). Burada yapılması gereken çalışanların konu hakkında bilgilendirilmesi ve belli bir bilinç düzeyine erişmelerinin sağlanmasıdır. Çalışanların medeni durumlarına bakıldığında yaklaşık yarısını evli ve diğer yarısının ise evli olmayan kısımda yer aldığı görülmektedir. Elbette bunda evlilik çağındaki genç nüfusun evlenmeden önce belli bir birikim yaparak evlenmek istemelerinin etkisinin olduğunu düşündürmektedir. Bu düşünce aynı zamanda evlenme planlarını ve zamanlarını biraz ötelemektedir. Kazmacı, sinyalci ve taramacıların genel olarak evlilerden oluştuğu, buna karşın diğer meslek gruplarında ise evli olmayanların önde oldukları görülmektedir. Özellikle vinççilerin %20'lik kısmının evli olması bu alanda evli olmayanların ne kadar yoğun olduklarını göstermesi açısından önemlidir.



Şekil 5. Meslek gruplarına göre toplam çalışma süresi ve medeni durum dağılımı

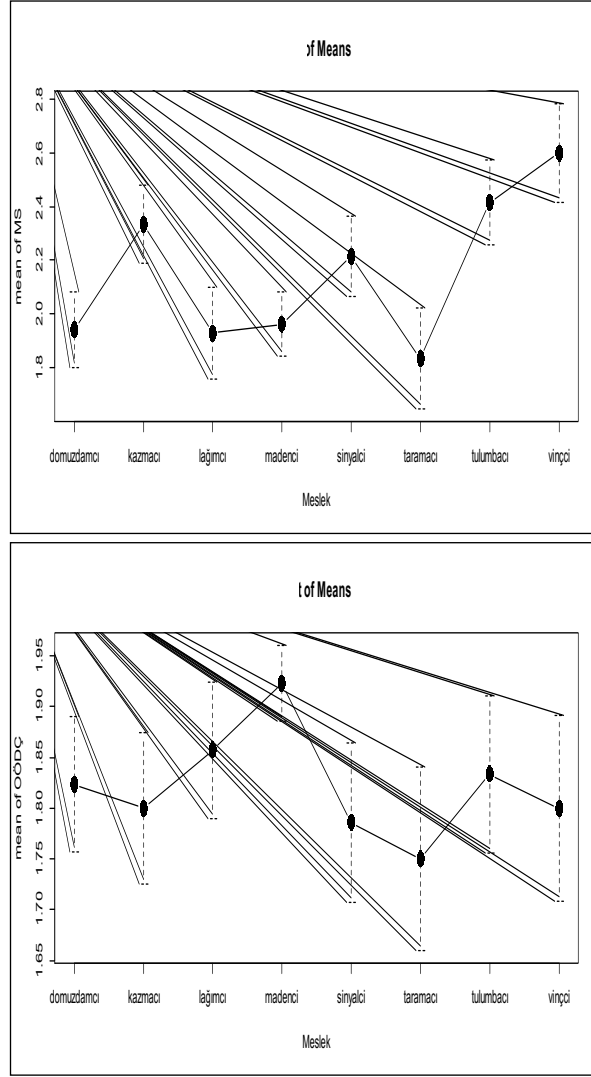
Mesleğe uygunluk yapılan işi severek yapmanın bir ölçüsü olarak değerlendirilmektedir (Aiken ve ark., 2002). Yaptığımız çalışmada çalışanların meslek gruplarına göre mesleğe uygunlukları belirlenmek istenmiştir. Bunun için elde edilen sonuçlar Şekil 6'da verilmiştir. Maden ocağında çalışanların genel olarak memnun olma ile olmama arasında bir yerlerde oldukları görülmektedir. Burada bir kararsızlık hâkimdir.



Şekil 6. Meslek gruplarına göre mesleğin uygunluğu ve eğitim programlarına katılma düzeyi

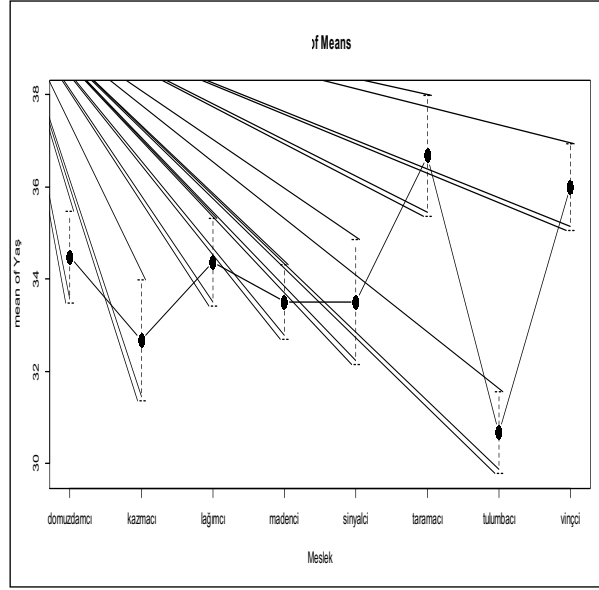
Bunda verilen cevapların farklı şekilde kullanılarak aleyhlerine döndürülerek işlerinden olma korkusunu derinden yaşadıkların kaynaklandığı şeklinde değerlendirilmiştir (Budak ve Süregevil, 2005). Fakat tulumbacıların bu konuda biraz daha net oldukları ve memnuniyet seviyelerinin biraz daha alt sıralarda yer aldığı görülmektedir. Memnuniyetin alt sıralarda yer alması aynı zamanda tükenmişlik sendromunun yaşanmasında temel kaynak oluşturmaktadır (Çekmecelioğlu, 2006). Çalışanların daha verimli olması için çalışmaya etkin olarak katılmaları istenir. Bunun içinde zaman zaman eğitim programları düzenlenebilir. Çalışanların bu programlara katılmalarının birbirlerine yakın değerlere sahip olduğu görülmektedir. Ancak domuzdamcı ile sinyalcilerin diğerlerine göre bir miktar yüksek olmuştur. An düşük katılım ise madenci ve lağımıcılarda olmuştur. Ancak bu farklılık istatistiksel olarak önemli bulunmamıştır.

Ülkemizde genellikle meslek seçimi gibi bir lüksümüz bulunmaz. İmkânlar dâhilinde ne tür iş bulunursa o iş yapılmaya çalışılır. Maden ocaklarının yoğunlaştığı bölgelerde çalışanların da meslek seçimi konusunda çok şanslarının olmadığını söyleyebiliriz. Yıllardır yaşadıkları evlerine ya da köylerine yakın olması, akrabalarının orada çalışıyor olması ve orada işe girme konusunda diğer yerlerden gelenlere göre daha şanslı olarak görülmeleri burada çalışmalarını desteklemektedir. Bunun belirlenmesi için meslek seçiminde seçim imkânlarını sorduk. Elde edilen sonuçlar Şekil 7’de verilmektedir. Vinççilik yapanların bu konuda daha kararlı oldukları görülmektedir. Çünkü bu özel bilgi ve yetenek isteyen bir konudur ve belge alınması gerekir. Bunun için elde edilen sonuçlar beklenen sonuçlar olarak değerlendirilmiştir. Çünkü belli konularda uzmanlaşmış kişilerin iş tercihinde daha dikkatli oldukları çok sayıda araştırmada ortaya konulmuştur (Erdil ve Keskin, 2003; Kaçmaz, 2005; Fu ve ark., 2009). Ancak taramacılık işini yapanlar için aynı şeyi söylemek söz konusu olmamaktadır. Madenciler için sadece iş ortamı değil aynı zamanda iş dışında bazı faktörlerin ve özellikle de okul öncesi ve okuyan çocuk sayıları da çalışma hayatını etkilediği belirtilmektedir (Meshane ve Von Glinow, 2003). En yüksek çocuk sayısı madencilerde olurken, en düşük ise taramacılar da olmuştur. Çünkü çocukları talepleri ve ihtiyaçları buna göre değişme göstermektedir (Curbow, 2006). Madencilerin genel olarak 1-2 çocuk sahibi oldukları görülmektedir. Bu sonuç Kanten (2012) ve Yelboğa (2018) elde ettiği sonuçlar ile paralellik göstermektedir.



Şekil 7. Meslek gruplarının meslek seçim sebebi ve okul öncesi durumunda çocuğu olanlar

Yaş çalışma koşullarını ile birlikte memnuniyet ve memnuniyetsizliği doğrudan etkilediği bilinmektedir (Barkhuizen ve Rothmann, 2006; Paul ve Maiti, 2007). Çalışmada en genç grubun tulumbacılarından oluştuğu görülmektedir (Şekil 8). Taramacı ve vinççilerin ise en yaşlı grup olduğu görülmektedir. Vinççilerin özel bir uzmanlık istemesi nedeniyle çalışma sürelerinin diğer meslek gruplarına göre daha uzun olması beklenen bir sonuçtur. Ancak taramacıların daha büyük yaş grubundan olması ise özellikle özel firmaların deneyimli kişileri işe alma isteklerinin burada da etkin olduğunu göstermektedir. Deneyimli personel her alanda olduğu gibi burada da tercih edilmiştir (Coetzee ve Rothmann, 2004).



Şekil 8. Meslek gruplarına göre yaş dağılımı

Çalışmada R programı kullanılmıştır. Aslında bu çalışma çok farklı program ile analiz edilebilir niteliktedir. Ancak R programı açık bir programdır ve herhangi bir ücret ödemedi kolayca ulaşılabilir. Bu özelliğinden dolayı araştırmacılara farklı bir bakış açısı getirmek için bu program tercih edilmiştir. Yapılan çalışmada kullanılan verilerin R programında yapılan Ki kare analizleri ile elde edilen sonuçlar Çizelge 1’de verilmiştir. Çizelgeye göre kazmacılarda sadece “Çalışan olarak yaptığım iş ile başkalarının hayatını olumlu etkilediğimi düşünüyorum.” değişkeni önemli olmuştur. Lağımıcılar için ise iki farklı değişken ön planda olarak tespit edilmiştir. Bunlar “Sabah kalkıp, yeni bir iş gününe başlamak zorunda olduğum zaman, yorgunluk hissediyorum.” ve “Çalışan olarak insanlarla doğrudan birlikte çalışmak bende çok fazla stres yaratıyor.” olmuştur. Bu aslında lağımıcıların yaptıkları işten memnun olmadıkları ve tükenmişliğe oldukça yakın duran meslek grubu olarak değerlendirilmiştir. Madencilerinde benzer şekilde “Çalışan olarak insanlarla doğrudan birlikte çalışmak bende çok fazla stres yaratıyor.” şeklinde şikâyette bulunmaları aslında çalışma alanlarıyla doğrudan etkili olduğunu düşündürmektedir. Sinyalcilerde ise durum daha farklıdır. Bu grup “Çalışan olarak işimden soğuduğumu hissediyorum.” ve “Bir çalışan olarak hizmet verdiğim bazı kişilere ne olup ne olmadığı beni gerçekten ilgilendirmiyor.” değişkenleri önemli olmuştur. Taramacılarda da “Çalışan olarak işimden soğuduğumu hissediyorum” değişkeni önemli bulunurken, vinççilerde “Çalışan olarak sabrımın tükendiğini hissediyorum.” Değişkeni öne çıkmıştır.

Çizelge 1. Meslek gruplarına göre tükenmişlik ölçeği ki-kare analizi tablosu

<i>Ki- Kare/meslek(X squared, p- value)</i>	1	2	3	4	5	6	7	8
Çalışan olarak işimden soğuduğumu hissediyorum.	15.15 0.51	16.5 0 0.16	12.17 0.43	15.80 0.46	14.57 0.02	18.00 0.03	7.42 0.82	2.40 0.98
Çalışan olarak iş günü sonunda kendimi tükenmiş hissediyorum.	23.10 0.11	16.3 8 0.42	4.43 0.88	9.19 0.68	11.14 0.08	14.82 0.25	9.1 0.43	8.96 0.44
Sabah kalkıp, yeni bir iş gününe başlamak zorunda olduğum zaman, yorgunluk hissediyorum.	8.87 0.71	10.2 5 0.11	21.31 0.04	6.79 0.97	20.10 0.06	5.30 0.51	8.6 0.73	5.28 0.50
Çalışan olarak hizmet verdiğim kişilerin, olaylarla ilgili neler hissettiğini çok kolay anlayabiliyorum.	7.18 0.61	12.5 5 0.40	18.33 0.10	15.56 0.21	10.11 0.60	4.66 0.86	7.11 0.62	9.87 0.62
Çalışan olarak hizmet verdiğim bazı kişilere karşı soğuk ve ilgisiz davrandığımı hissediyorum.	8.22 0.77	7.41 0.59	10.46 0.58	12.61 0.70	13.94 0.12	7.49 0.82	7.62 0.57	19.16 0.08
Gün boyu insanlarla birlikte çalışmak, çalışan olarak beni gerçekten geriyor.	22.86 0.11	9.99 0.61	15.32 0.50	12.05 0.74	7.81 0.80	7.51 0.27	13.21 0.35	4.16 0.90

Çalışan olarak hizmet verdiğim kişilerin sorunlarını çok etkili bir şekilde ele alıyorum.	12.55	1.57	8.52	21.33	15.94	5.88	7.21	14.90
Bir çalışan olarak işimden dolayı tükendiğimi hissediyorum.	0.40	0.95	0.74	0.16	0.19	0.75	0.61	0.09
Çalışan olarak yaptığım iş ile başkalarının hayatını olumlu etkilediğimi düşünüyorum.	9.01	23.58	8.04	16.86	16.48	9.55	9.00	15.18
Çalışan olarak bu işe girdiğimden beri, insanlara karşı daha duyarsız oldum.	0.43	0.02	0.52	0.39	0.16	0.65	0.43	0.08
Çalışan olarak bu işin, beni duygusal olarak körelttiğinden endişe ediyorum.	7.21	20.39	13.19	8.12	8.84	7.86	9.11	13.28
Çalışan olarak kendimi çok enerjik hissediyorum.	0.84	0.20	0.35	0.94	0.71	0.79	0.69	0.15
Bir yönetici olarak işimin beni kısıtladığını düşünüyorum.	20.760.18	11.19	19.090.26	9.69	10.640.55	14.84	10.400.58	4.11
		0.79		0.88		0.09		0.66
	13.550.63	12.20	19.730.23	18.520.29	15.4	11.230.79	9.57	6.33
		0.42			0.22		0.65	0.60
	21.470.16	8.97	9.71	9.39	12.160.43	5.42	10.010.61	10.920.53
		0.43	0.37	0.89		0.49		

Çizelge 1. Meslek gruplarına göre tükenmişlik ölçeği ki-kare analizi tablosu (Devam)

Ki- Kare/meslek(X squared, p- value)	1	2	3	4	5	6	7	8
Bir çalışan olarak iş yerinde çok yoğun çalıştığımı düşünüyorum.	18.340. 30	17.020. 38	18.710. 28	10.900. 81	15.710. 47	10.60 0.22	13.26 0.35	1.96 0.92
Bir çalışan olarak hizmet verdiğim bazı kişilere ne olup ne olmadığı beni gerçekten ilgilendirmiyor .	9.00 0.70	13.930. 60	15.330. 50	12.75 0.69	30.840. 01	6.6 0.67	8.8 0.45	19.330. 08
Çalışan olarak insanlarla doğrudan birlikte çalışmak bende çok fazla stres yaratıyor.	17.690. 34	22.110. 13	28.830. 00	28.330. 02	13.190. 65	18.7 0.28	9.12 0.69	19.960. 22
Bir çalışan olarak çalıştığım kişilerle rahat bir ortam oluşturabiliyorum.	9.71 0.64	8.3610. 75	14.450. 27	15.330. 50	14.530. 26	11.52 0.48	7.75 0.55	5.58 0.47
Bir çalışan olarak kişilerle yakından ilgilendikten sonra kendimi canlanmış hissedirim.	17.370. 13	2.00 0.91	16.610. 05	15.550. 48	14.060. 29	5.42 0.94	5.3330. 80	6.90 0.32
Çalışan olarak işimde birçok önemli şey yaptım.	13.010. 67	15.840. 46	10.130. 60	15.940. 45	14.35 0.57	11.240. 50	7.2640. 60	16.77 0.01
Çalışan olarak sabrımın tükendiğini hissediyorum.	7.9110. 95	15.670. 47	10.400. 58	24.290. 08	20.640. 19	12.120. 43	11.58 0.47	8.45 0.48

Bir çalışan olarak işimde, duygusal sorunlara soğukkanlılıkla yaklaşıyorum.	19.760.23	8.080.52	7.1730.61	20.240.20	9.030.70	8.960.44	19.860.06	6.940.32
Çalışan olarak bazı kişilerin beni suçladıklarını hissediyorum.	12.900.37	11.320.25	7.310.83	6.870.65	11.550.48	2.4830.87	5.4280.49	5.520.78

1-Domuzdamcı 2-Kazmacı 3-Lağımçı 4- Madenci 5-Sinyalci 6-Taramacı 7-Tulumbacı 8-Vinççi

Sonuç

Araştırma sonuçlarına bakıldığında; ortalama gelir durumu bakımından sinyalcilerin en yüksek gelire sahip oldukları görülmektedir. Bu meslek daha teknik bir meslek olduğu için daha çok önem verilmesi gereklidir denilebilir. Bu husus kişisel olarak özel iş gerektiren alanlardaki çalışanlara öncelik verilmesi gerektiğini savunan Shirom (1989) ve Cordes ve Dougherty (1993)'ın çalışmaları ile paralellik göstermektedir. Çalışmamızda lise mezunu sayısının çok az olması bu mesleğin genel olarak düşük eğitim grubundaki kişilerin yaptığını ya da bir şekilde okuyamayanların zorunlu olarak yaptıkları iş olarak değerlendirilebilir. Rothmann ve Pieterse (2007) ve Paul ve Maiti (2007)'nin çalışmaları ile benzerlik göstermektedir. Madende çalışanların sahip oldukları çocuk sayıları bakımından önemli farklılıklar gözlenmiştir. Vinççi ve domuzdamcıların daha yüksek çocuk sayısına sahip oldukları gözlenirken, diğer meslek gruplarının ise daha az çocuk sayısına sahip oldukları tespit edilmiştir. Curbow ve ark. (2006) madencilerin genel olarak az çocuk yapmayı tercih ettiklerini belirtirken, Yelboğa (2018) bakır madeninde yaptığı çalışmada madencilerin genel olarak 2 çocuğa sahip olduklarını belirtmiştir. Elde ettiğimiz sonuçlar araştırmacıların sonuçlarına benzer niteliktedir. Madencilerin az çocuk sahibi olmak istemlerinin yanında bir de tükenmişlik eklenince çocuk sahibi olma isteği en alt seviyede kalmaktadır. Çalışmada, iş yerine bağlılığın en yüksek olduğu meslek grubunun sinyalciler olduğu görülmektedir. Bu durum yukarıda belirtilen sinyalcilerin en yüksek gelire sahip olmaları ile bağlantılı olabilir. Çalışma saatlerine bağlı olarak günlük, haftalık ya da aylık çalışma tükenmişliği tetikleyici etki yapabilmektedir. Taramacılarda “Çalışan olarak işimden soğuduğumu hissediyorum” değişkeni ki-kare testinde önemli bulunmuştur. Bu durum; Hobfoll ve Freedy (1993)'nin çalışmalarını kısmen destekler niteliktedir. Yine yapılan analiz neticesinde lağımçıların “sabah kalkıp, yeni bir iş gününe başlamak zorunda olduğum zaman, yorgunluk hissediyorum.” ve “çalışan olarak insanlarla doğrudan birlikte çalışmak bende çok fazla stres yaratıyor.” şeklinde cevapları önemli çıkmıştır. Bu aslında lağımçıların yaptıkları işten memnun olmadıkları ve tükenmişliğe oldukça yakın duran meslek grubu olarak değerlendirilmiştir.

Yukarıda ana hatları ile belirtilen hususlar değerlendirildiğinde; gelir ile tükenmişlik arasında negatif bir ilişki olabilmesi nedeni ile madencilik sektöründeki çalışanların maaşlarının iyileştirilmesi gereken bir husustur. Ayrıca madencilerin az çocuk sahibi olmaları veya bekâr olanların fazla olması yukarıda belirtilen literatürdeki araştırmaların da gösterdiği gibi kreş vb. gibi sosyal imkânların azlığı ile de bağlantılı olabilir. Madencilik mesleği ile uğraşanların daha düşük eğitilmiş olmalarının bu mesleği yapmaları ile ilgili olması nedeni ile daha iyi eğitim imkânları verilerek farklı mesleklere yönlendirilebilecekleri ve buldukları çevrenin dışına çıkabileceklerini göstermektedir. Gerek madencilerin ailelerine yönelik olarak sosyal imkânların artırılması gerekse de eğitimlerini artırıcı önlemlerin alınması büyük önem taşımaktadır. Ayrıca madencilerin yaşam standartlarının artırılmasına yönelik olarak sosyal faaliyetlerin artırılması faydalı olabilecektir. Çünkü birey olarak aileler memnun olursa çalışan da rahat olacaktır. Böylece tükenmişlik sendromundan ziyade memnuniyet seviyelerinin artış göstereceği söylenebilir.

Kaynakça

- Aiken, L.H., Clarke, S.P., Sloane, D.M., Sochalski, J., Silber, J.H. (2002). Hospital nurse staffing and patient mortality, nurse burnout, and job dissatisfaction. *J. Am. Med. Assoc.* 288(16), 1987–1993
- Aksu A., Baysal, A. (2005). İlköğretim okulu müdürlerinde tükenmişlik. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 41(41), 7-24
- Amponsah-Tawiah, K., Jain, A., Leka, S., Hollis, D., Cox, T. (2013). Examining psychosocial and physical hazards in the Ghanaian mining industry and their implications for employees' safety experience. *Journal of safety research*. 45, 75–84.
- Ardıç, K., Polatçı, S. (2008). Tükenmişlik sendromu akademisyenler üzerinde bir uygulama (GOÜ örneği). *Gazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(2), 69-96.
- Barkhuizen, N., Rothmann, S. (2006). 'Work engagement of academic staff in South African higher education institutions', *Management Dynamics*, 15(1): 38–46.
- Baycan, A. (1985). An analysis of several aspects of job satisfaction between different occupational groups, *Boğaziçi Üniversitesi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, İstanbul
- Brunette, M. J., Smith, M. J., Punnett, L. (2011). Perceptions of working and living conditions among industrial male and female workers in Perú. *Work*, 38(3), 211-223.

- Budak, G., Sürgevil, O. (2005). Tükenmişlik ve tükenmişliği etkileyen örgütsel faktörlerin analizine ilişkin akademik personel üzerinde bir uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(2), 95-108.
- Chen, H., Qi, H., Long, R., Zhang, M. (2012). Research on 10-year tendency of China coal mine accidents and the characteristics of human factors. *Safety Science*, 50(4), 745-750.
- Chen, H., Chen, F., Zhu, D., Qi, H., Long, R. (2015). Burnout in Chinese coal mine safety supervision. *Energy policy*, 85, 22-31.
- Coetzee, S. E., Rothmann, S. (2004). An adapted model of burnout for employees at a higher education institution in South Africa. *SA Journal of Industrial Psychology*, 30(3), 29-40.
- Cordes, C. L., Dougherty, T. W. (1993). A review and an integration of research on job burnout. *Academy of management review*, 18(4), 621-656.
- Curbow, B., Spratt, K., Ungaretti, A., McDonnell, K., Breckler, S. (2000). Development of the child care worker job stress inventory. *Early Childhood Research Quarterly*, 15(4), 515-536.
- Çekmecelioğlu, H., (2006). “İş tatmini ve örgütsel bağlılık tutumlarının işten ayrılma niyeti ve verimlilik üzerindeki etkilerinin değerlendirilmesi: Bir araştırma”, *İş Gücü Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), 154-168.
- Deacon, C. Kew, G. (2006). ‘Psychological versus medical fitness: Health and safety’, *Construction World*, Aug: 48–50.
- Eurostat, (2018). Avrupa Birliği İstatistik Kurumu Eurostat ve Avrupa Birliği Sosyal Güvenlik Kurumu'nun (SGK) verileri. <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>. (ET: 01.04.2019).
- Fu, F. Q., Bolander, W., Jones, E. (2009). Managing the drivers of organizational commitment and salesperson effort: An application of Meyer and Allen's three-component model. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 17(4), 335-350.
- González-Romá, V., Schaufeli, W. B., Bakker, A. B., Lloret, S. (2006). Burnout and work engagement: Independent factors or opposite poles?. *Journal of vocational behavior*, 68(1), 165-174.
- Günüşen, N., Üstün, B. (2010). Türkiye’de ikinci basamak sağlık hizmetlerinde çalışan hemşire ve hekimlerde tükenmişlik: Literatür incelemesi, *Dokuz Eylül Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 3(1), 40-51.
- Hobfoll, S.E., Freedy, J. (1993). Conservation of resources: a general stress theory applied to burnout. In: Schaufeli, W.B., Maslach, C., Marek, T. (Eds.), *Professional*

Burnout: Recent Developments in Theory and Research. Taylor and Francis, Washington, DC, pp. 115–129.

Kaçmaz, N. (2005). Tükenmişlik (burnout) sendromu. *İstanbul Tıp Fakültesi Dergisi*, 68(1), 29-32.

Kanten, S. (2012). Çalışma koşullarının fiziksel – psikolojik sağlık belirtileri ve iş kazaları ile ilişkisi: Mermer çalışanları örneği. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(7), 155-167.

Karadavut, U. (2019). *Uygulamalı ve Örnekli Temel İstatistiksel Yöntemler*. Zet Yayınları, Ankara.

Kesim, E., Uysal, H. T. (2014). TTK bünyesindeki mavi yakalı işgörenlerin örgütsel tükenmişlik, performans ve bağlılık düzeylerinin ve düzeyler arası korelasyon analitiğinin belirlenmesi – Bülent Ecevit Üniversitesi BAP Araştırma Raporu.

Keskin, H., Erdil, O. (2003). Güçlendirmeye iş tatmini, iş stresi ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiler: Bir alan çalışması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 32(1), 7-24.

Koç, E. (2009). Varoluşsal bir problem olarak ölüm üzerine bir değerlendirme: Tolstoy'un Ivan Ilyiç'in ölümü adlı eseri. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12(3), 245-259.

Mateen, F.J., Dorji, C., (2009). Health-care worker burnout and the mental health imperative. *The Lancet*, 374(9690), 595–597.

Mcshane, S. L., Von Glinow, M. A. (2003). *Organizational Behaviour*, International Edition New York: McGraw-Hill Education.

Müftüoğlu, B. G., Taniş, B. (2010). “21. yüzyılda Zonguldak maden işletmelerinde çalışma hayatı: Bir kesit-tek gerçek”, *Çalışma ve Toplum*, 2(25), 185-216.

Okakın, N, Ürek, B. K. (2018). Bir taş kömürü işletmesinde çalışanların tükenmişlik algıları: Örgütsel faktörler açısından bir değerlendirme, 19. Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Kongresi /04-06 Ekim/ Zonguldak

Özcan, D. (2016). Güvencesiz Çalışma Koşullarında Şırnak Kömür Ocakları Çalışanları. *Çalışma ve Toplum*, 48(1), 169-198.

Özkan, D. (2012). "Madencilik'in ekonomik ve sosyal hayata etkileri: Ergani bakır işletmesi örneği", *1. Uluslararası Niğde Dil, Kültür ve Tarih Sempozyumu*, Niğde, Türkiye, 3-6 Mayıs 2012, pp.178-189

Paul, P. S., Maiti, J. (2007). The role of behavioral factors on safety management in underground mines. *Safety Science*, 45(4), 449-471.

- Rothmann, S. Pieterse, J. (2007). 'Predictors of work-related well-being in sector education training authorities', *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 10(3), 298–312.
- Shirom, A. (1989). 'Burnout in working organizations', In Cooper, C.L. & Robertson, I.T. (eds), *International Review of Industrial and Organisational Psychology*. New York: Wiley.
- Yelboğa, N. (2018). Maden işçilerinin psikolojik, sosyal ve ekonomik açıdan gündelik yaşamlarının incelenmesi: Murgul bakır madeni örneği. *Artvin Çoruh Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 123-147.
- Yu, H., Chen, H. (2013). Production output pressure and coal mine fatality seasonal variations in China, 2002–2011. *Journal of safety research*, 47, 39-46.

Yapay Zekâ ve Vergi Uygulamalarına Etkisi Artificial Intelligence and Its Effects on Tax Applications

*Dr. Öğr. Üyesi Deniz Turan**

Başvuru Tarihi: 22.12.2019

Kabul Tarihi: 28.01.2020

Özet

Dördüncü sanayi devrimiyle birlikte hızlı teknolojik değişim insan yaşamı ve iş hayatında köklü değişikliklere neden olmaktadır. Bu teknolojik değişim son dönemde sıkça telaffuz edilen “Yapay Zekâ, Makine Öğrenme, Bulut Bilişim, Blockchain, 3D Yazıcılar” gibi kavramlara dikkat çekmektedir. Günümüzde yapay zekâ teknolojisinde yaşanan yeniliklerin vergi uygulamalarına adaptasyon süreci yaşanmaktadır. Bu çalışmada yapay zekânın vergi uygulamalarında kullanım alanları, uygulamada karşılaşılabilecek zorlukları ve vergileme ilkelerine uygun bir vergi sisteminin oluşmasına sağlayacağı katkıların teorik düzeyde açıklığa kavuşturulması amaçlanmaktadır. Çalışmanın bulguları şunlardır; Vergi uygulamalarında yapay zekâ kullanımı potansiyel vergi kayıp ve kaçaklarını önleyecek, vergi uyumunun ve vergi hasılatının artmasına yol açacak, adil ve etkin bir vergi sisteminin kurulmasına yardımcı olacaktır. Vergi idaresi çalışanlarının ve mükelleflerin yapay zekâ teknolojilerine adaptasyonu sağlanmalıdır.

Anahtar Kelimeler: Yapay Zekâ, Dijital Dönüşüm, Vergi Uygulamaları

* Polis Akademisi Başkanlığı, Güvenlik Bilimleri Enstitüsü, ahmetdeniztur@gmail.com, ORCID:0000-0002-6697-2721

Abstract

With the fourth industrial revolution, rapid technological change causes radical changes in human life and business life. This technological change draws attention to the concepts such as "Artificial Intelligence, Machine Learning, Blockchain, 3D Printers" which have been frequently pronounced recently. Today, the adaptation process of innovations in artificial intelligence technology to tax practices is being experienced. In this study, it is aimed to clarify the usage areas of artificial intelligence in tax applications, the difficulties that will be faced in practice and the contributions that it will provide to the formation of a tax system in accordance with the principles of taxation at a theoretical level. The findings of the study are as follows; The use of artificial intelligence in tax practices will prevent potential tax losses and evasions, increase tax compliance and tax revenues, and help establish a fair and effective tax system. Adaptation of tax administration employees and taxpayers to artificial intelligence technologies should be ensured.

Keywords: Artificial Intelligence, Digital Transformation, Tax Application

Giriş

Yeni teknolojiler, mal ve hizmetlerin kalitesini ve verimliliğini artıran, akabinde ekonomik kalkınma ve ilerlemeye yol açan ana itici güçtür. Dördüncü sanayi devrimiyle birlikte yapay zekâ teknolojisi endüstride, hizmet sektöründe ve vergi uygulamalarında yaygın kullanım alanı bulmuştur. Dengeli ve adaletli bir vergi politikasının uygulanmasında, verilerin toplanması, işlenmesi, analizi, süreç yönetimi ve geleceğe dönük tahminlerin yapılması önem taşımaktadır. Küreselleşme sonucu para hareketlerinin takibinin zorlaştığı günümüzde yapay zekâ kullanılarak, çok sayıda verinin daha hızlı ve az hata ile analiz edilmesi ve potansiyel vergi kayıp ve kaçakları önlenmesi mümkündür. Yapay zekâ uygulamaları ile mükelleflerin vergi kanunları ve piyasalar hakkında anlık bilgilendirilmesi ve dijital danışmanlık hizmeti verilmesi ise vergi uyumunun ve neticede vergi hasılatının artmasına olanak verecektir.

Çalışmada yapay zekâ kavramı, türleri ve vergi uygulamalarında kullanımına değinilmesinin yanı sıra literatürde bulunan diğer çalışmalardan farklı olarak yapay zekânın vergi uygulamalarında kullanımının ortaya çıkaracağı fırsatlar, yaşanacak zorluklar ve vergileme ilkelerine uygunluğu ayrıntılı ele alınmış ve alınacak tedbirlere ilişkin teorik öneriler geliştirilmiştir. Yapılan teorik analizde, yapay zekânın vergi

uygulamalarında yaygın kullanımının vergi gelirleri ve vergi idaresinin etkinliği üzerine etkilerinin açığa kavuşturulması amaçlanmaktadır.

Çalışmada ilk olarak yapay zekâ kavramı, türleri ve kullanım alanlarına değinilmiştir. Yapay zekânın vergilemede sürecinde etkin kullanım alanları, ortaya çıkaracağı fırsatlar ve karşılaşılabilecek riskler maddeler halinde açıklanmıştır. Son kısımda ise normatif vergilendirme ilkelerine ulaşmada yapay zekânın kullanımının ortaya çıkaracağı fırsatlar ele alınmaktadır.

Yapay Zekâ Kavramı ve Türleri

18. yüzyılda buharlı makinaların icat edilmesi ile başlayan Birinci Sanayi Devrimi'nden günümüze kadar teknolojiye yaşanan gelişmeler, akıllı makinelerin üretimden hizmet sektörüne kadar birçok alanda kullanılması ile sonuçlanmıştır. Dördüncü Sanayi Devrimi (Endüstri 4.0) ile birlikte “yapay zekâ”, “makine öğrenme”, “nesnelerin interneti”, “blok zinciri teknolojisi”, “sanal gerçeklik”, “dijital üretim” gibi yeni kavramlar karşımıza çıkmıştır. Günümüzde yapay zekâ teknolojisinde yaşanan yenilikler topluma entegre edilmeye başlamıştır. Muhasebeci, avukat yardımcısı, asker, araba sürücüsü, hemşireler vb. yerini yapay zekâ teknolojileri ikame etmeye başlamıştır. Yapay zekâ alanındaki gelişmelerin yeni bir küresel ekonomik dengenin kurulmasına yol açacağı ve yaratılan ekonomik faydaların insanlığa derinden dönüştüreceğine dair hiçbir şüphe bulunmamaktadır (Arndts ve Kappner, 2019, s.1).

Yapay zekâ, çevrelerini algılayabilen, düşünen ve bazı durumlarda öğrenebilen ve algıladıkları şeylere ve hedeflerine yanıt olarak harekete geçebilen bilgisayar sistemleri için kullanılan ortak bir terimdir. (PWC, 2018, s.6). Diğer bir ifade ile hâlihazırda insanların yapmakta daha iyi olduğu çeşitli bilişsel görevleri bilgisayarların hangi yollarla yapabileceklerinin incelenmesi (Shapiro, 1987, s.9) ve akıllı bir yapı inşa etme girişimidir (Ginsberg, 1993, s.3). Yapay zekâ üzerine yapılan çalışmalar genelde insan davranışlarında zekâ ile ilişkilendirilen özellikleri sergileyen (dili anlamak, öğrenmek, hüküm vermek, problemleri çözmek vb.) sistemler oluşturmak ve bunlara benzer yapay komutlar geliştirilmesine yöneliktir (Barr ve Feigenbaum, 1981, s.3). Yapay zekâ otomatik olarak çalışmaz ancak insan davranışını ve zekâyı taklit eder ve özerk davranır.

Yapay zekânın bugüne kadar önerilen evrensel tanımları, insan gibi düşünen ya da davranan yapay zekâlar ile rasyonel düşünen ya da davranan yapay zekâ sistemleri kategoriden birine girmektedir. Yapay zekâ sistemleri literatürde ikili bir sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır;

Dar ya da bazen “zayıf” olarak adlandırılan yapay zekâ sistemleri, insan benzeri yetenekleri kullanarak yalnızca belirli bir görevi özerk olarak gerçekleştirebilen yapılardır. Sadece tasarlandıkları göreve uygundur ve bu nedenle çok sınırlı veya dar bir yeterlilik yelpazesine sahiptir. Bu sınırlı hedefler, çeviri gibi doğal dil işleme işlevlerini veya yabancı bir fiziksel ortamda gezinmeyi içerebilir. Bugün dünyadaki yapay zekâ sistemlerinin büyük çoğunluğu bu dar ve sınırlı tipe daha yakın yapılardır (Lucci ve Kopec, 2016, s.12).

Genel ya da “güçlü” olarak adlandırılan yapay zekâ sistemleri, herhangi bir entelektüel görevi verimli bir şekilde yerine getirebilen yapılardır. İleri aşamada ise gerçek bilince sahip ve bir insanla aynı şekilde düşünüp akıl yürütebilen, bağımsız olarak yeni hedefler belirleme yeteneğine sahip akıllı bir sistemlere evrileceği düşünülmektedir. Aslında, genel yapay zekâ sistemleri popüler kültürün robotlarında tasvir edilen yapılardır. Hâlihazırda böyle bir sistem mevcut değildir (Goertzel ve Pennachin, 1998, s.73).

Fonksiyonlarına göre ise yapay zekânın dört farklı türü bulunmaktadır (Joshi, 19.06.2019);

Reaktif Makinalar: İnsan zihninin farklı uyaranlara tepki verme yeteneğini taklit eden ve son derece sınırlı kapasiteye sahip en eski yapay zekâ sistemleridir. Bu makineler bellek tabanlı işlevselliğe sahip değildir yani hafızaları bulunmamaktadır. Bu tür makineler, daha önce kazandıkları deneyimlerini mevcut eylemlerini şekillendirmek için kullanamazlar. Bu makineler yalnızca sınırlı bir küme veya girdi kombinasyonuna otomatik olarak yanıt vermek için kullanılabilir. Garry Kasparov'u yenen IBM'in satranç programı Deep Blue, reaktif bir yapay zekâ makinesinin popüler bir örneğidir.

Sınırlı Bellek: Sınırlı bellek makineleri, tamamen reaktif makinelerin yeteneklerine sahip olmanın yanı sıra, karar vermek için yakın geçmiş verilerden de öğrenebilen makinelerdir. Bildiğimiz neredeyse tüm uygulamalar bu yapay zekâ kategorisine girmektedir. Kendi kendine giden bir otomobil ya da yanlış şerit değiştirmede sürücüyü uyaran sistemler bu gruptadır (Mueller ve Massaron, 2018, s.14).

Zihin Teorisi: Henüz uygulaması bulunmayan bu yapay zekâ türünde insan duyguları, inançları ve düşünce süreçlerini ayırt eden, insanlar gibi sosyal olarak etkileşime girebilen bir sistem kurulmaya çalışılmaktadır.

Öz farkındalık: Yapay zekâ gelişiminin son aşamasını temsil eden ve varsayımsal olarak ulaşılmaya hedeflenen sistemlerdir. Bu yapay zekâ türünde makinelerin insanlara benzer bilinçlerinin olması düşünülmektedir.

Yapay zekâ kavramın öncüsü olan ve insan hareketlerine benzer çeşitli fonksiyonlara sahip makinalara tarihsel süreçte rastlanmaktadır. Buna göre Çin’de Yan Shi, Roma İmparatorluğu’nda Heron of Alexandria, Artuklular’da Al-Jazari, Fransa’da Pierre Jaquet-Dro, Almanya’da Wolfgang von Kempelen insan benzeri makinalar yapmışlardır (McCorduck, 2004). İnsan zekasını taklit eden yapay zekânın günümüzdeki anlamda kullanılmasının temelleri ise Alan M. Turing’in Mind dergisinde 1950 yılında yayınladığı “Computing Machinery and Intelligence” çalışması ile atılmıştır. Makalede, makinenin insana yakın bir düşünme yeteneği olabileceğinden bahsetmiş ve makinaların insanları taklit edip edemeyeceğini test etmek için Turing Testini önermiştir (Turing, 1950, s.433-460). Yapay zekâ terimi 1956 yılında gerçekleşen *Yapay Zekâ Dartmouth Yaz Araştırma Projesi*’nde ilk kez kullanılmıştır (Lungarella vd, 2007, s.6).

Günümüzde yapay zekâ, sağlık, güvenlik, istihbarat, savunma sanayisi, suç önleme, iletişim, eğlence, sanat, pazarlama, lojistik ve tedarik zinciri, mühendislik, kimya, biyoloji, mimarlık, ulaşım/trafik kontrolü, istatistik, matematik vb. alanlarda etkili şekilde kullanılabilir. Yapay zeka uygulamaları ile çok fazla sayıda veriye ilişkin kapsamlı analizler yapmak ve karmaşık ve soyut problemlere çözüm üretmek mümkündür. Mükelleflerin gelir ve harcamalarının tespitinde ve kayıtlarının incelenmesinde yapay zekanın kullanımı ise küreselleşme sonucu para hareketlerinin takibinin zorlaştığı günümüzde önem kazanan yeni bir çalışma alanıdır.

Yapay Zekânın Vergi Uygulamalarında Kullanımı

Mükellefin gelir veya kazancı üzerinde toplumun hakkını ifade eden vergi, kamusal faaliyetleri gerçekleştirmede devletin kullanıldığı en önemli gelir kaynağıdır. Vergileme, gerek bireyler gerekse devlet nazarında önemini her zaman koruyan hassas bir konudur. Geleneksel vergileme mekanizmasında bazı mükellefler yasal boşlukları kullanarak ya da

vergi kaçırarak vergiye karşı tepki göstermekte, vergi idareleri ise denetim, uzlaşma ya da cezalandırma yoluyla bu mukavemeti kırmaya çalışmaktadır. Küreselleşen dünyada teknolojinin hızlı gelişimi, ekonomik faaliyetlerin çeşitlenmesine ve artan oranda dijitalleşmesine neden olmaktadır. Vergilerin zamanında ve en az vergi kaybı ile tahsili için vergi idarelerinin ve mükelleflerin teknolojik yeniliklerden ve yapay zekâ mekanizmasından yararlanması zaruri hale gelmiştir.

Vergi idaresi tarafından yapay zekanın kullanımı başlıca iki alanda yoğunlaşmaktadır. Bunlardan ilki, mükelleflerin gerçek bilgilerine ulaşılmasında yani vergi istihbaratının gerçekleştirilmesinde yapay zekanın kullanımınıdır. Diğer ise vergilendirme ve denetim işlemlerini daha az hata, daha düşük maliyet ve daha hızlı şekilde gerçekleştirerek vergilendirme sürecini (tarh-tebliğ-tahakkuk-tahsil) hızlandırmada yapay zekânın kullanımınıdır.

Yapay zekânın vergi idaresinde ve vergilendirme sürecinde başlıca kullanım alanları ve sağlayacağı katkılar şunlardır (Zhou, 2019, s. 203; Huang, 2018, s.1822);

- Mükelleflerin vergi belgelerin sınıflandırılması, derlenmesi ve bunlardaki verilerin ortaya çıkarılması zaman alan bir süreçtir. Vergi uygulamalarında kullanılan Excel programı, aritmetik işlemleri, makroları, sıralamaları, veri saklama ve bazen zorlu formül hesaplamaları ile vergi hesaplamasının dayanak noktasıdır. Yapay zekâ ise vergi uygulamalarında karmaşık işlemlerin analizinde daha etkin bir araçtır. Diğer bir ifadeyle veri işlenirken kendini değiştirebilen bir algoritmaya sahiptir. Aynı zamanda yapay zekâ zaman içerisinde otomatik olarak eski ve yeni gelişmeleri kaydederek kamusal hafızanın gelişmesine yardımcı olacaktır.
- Yapay zekâ, denetçiler tarafından gözden kaçabilecek olan vergi kaçakçılığı vakalarını, öngörücü modelleme ile önceden tespit edebilir. Vergi kanunlarındaki yasal boşlukları analiz ederek önlem alınmasını sağlayabilir. Vergi mükelleflerinin potansiyel risklerini ve vergi kaçakçılığı teşebbüsünün en ayrıntılı ipuçlarını, diğer bir anlatımla silik kanıtları yakalayabilir (Gacar, 2019, s.393). Özellikle birçok ülkede faaliyet gösteren çokuluslu işletmelerin gelir ve gider beyanlarının doğruluğu mevcut uygulamalara göre daha hızlı tespit edilerek, olası vergi kaçakçılığı girişimleri engellenmiş olur (Volkenburgh, 2019).

- Vergi idaresi çalışanları, yaptıkları denetimler ve kayıtlarda bir dizi görevi manuel olarak tekrarlarlar. Örneğin muhasebe işlemleri, finansal kapanış ve raporlama için sürekli olarak aynı düğmeleri tıklarlar veya her gerektiğinde belgelerin bir listesini almak için aynı eylem dizisini takip ederler. Ancak yapay zekâ sayesinde bunlar gibi manuel, tekrarlanan görevler vergi robotlarıyla otomatikleştirilebilir ve veri girişleri daha hızlı şekilde tamamlanacaktır (Milner ve Berg, s.3-4). Bu sayede mevcut işgücünün rutin işler yerine katma değer yaratacak işlere yönelmesi sağlanarak zaman ve emek tasarrufuna gidilecek, ayrıca işlem hatalarının azaltılması söz konusu olabilecektir.
- Uluslararası faaliyet gösteren kuruluşların transfer fiyatlaması işlemi yoluyla kazançlarını gizlemesi, şirketler arasında rekabet bozmakta ve devletin vergi gelirlerini azaltmaktadır. Yapay zekâ kullanılarak, bu vergi kaybına neden olan unsurların otomatik olarak tespiti hızlı bir şekilde sağlanabilir. Muhasebe, vergi ve denetim alanında dünyanın en büyük şirketlerinden biri olan Deloitte, çokuluslu şirketlerin çeşitli fiyatlandırma yapılarının analizinde ve karşılaştırılmasında Argus adlı yapay zekâ uygulamasını kullanmaktadır. Yapay zekâ uygulamaları sonuçta küresel ve bölgesel yönde yararlı vergi stratejilerinin ortaya çıkmasında etkin rol oynayacaktır.
- Yapay zekâ uygulamaları, gelecekte vergi gelirlerinde yaşanacak değişim önceden ve gerçeğe yakın tahmin edilebilir. Yapay zekâ kullanılarak tespit edilen potansiyel riskli kişiler anında denetime tabi tutulur ve vergi hasılat tahminlerinden sapmalar engellenmiş olur. Ayrıca hava durumu verilerini de kullanarak yıllık, üç aylık veya aylık şekilde vergi hasılat tahminleri yapılır ve ekonomi yönetiminin olası risklere karşı tedbir alması sağlanabilecektir.
- Vergi idaresi çalışanlarının ve vergi idaresine yardımcı meslek grubu olan muhasebecilerin sağlık durumu, yorgunluk, iş stresi gibi etkenlerden kaynaklı vergi idare ve uygulamalarında meydana gelen hatalar, yapay zekâ tarafından anında algılanarak kayıtların doğruluğu sağlanacaktır. İnsan doğasının aksine bilgisayar algoritması, dış faktörlerden etkilenmemesinden kaynaklı hızlı, net ve tutarlı sonuçlara ulaşmaktadır (Erkan, 2019, s.64).

- Yapay zekâ ile vergi idaresi çalışanlarının zamanında incelemesi imkânsız olan çok büyük veri kümelerini kısa zaman diliminde analiz edilebilir ve mükelleflerin gelir ve harcama hareketlerinin ilişkileri ortaya konabilir (Lin ve Hazelbaker, 2019, s.50-51).
- Vergi mevzuatının karmaşıklığı, mükelleflerin vergi yükümlülüklerini yerine getirmesini zorlaştıran faktörler arasındadır. Bulut platformlarından yararlanarak geçmişte yaşanan sorunlar ve çözümlerin analiz edilmesi, mükelleflerin anlık bilgilendirilmesi ve bu sayede vergi uyumunun sağlanması mümkün olacaktır.

Vergi uygulamalarında yapay zekânın kullanımı ile birlikte veri analizlerinin arttığı bir döneme geçilecektir. Vergi idarelerinin akıllı veri kuruluşlarına dönüşme sürecinde politika yapıcılar, vergi idareleri, işletmeler, muhasebe firmaları, bilgi teknolojisi tedarikçileri, akademik çevreler ve vergi mükellefleri önemli rol oynamaktadır. Veri merkezli bir strateji uygulanmaya başlandığında, özellikle daha hızlı uyum süreçleri, geliştirilmiş vergi mükellefi hizmetleri, vergi sahtekârlığının önlenmesi ve makro-ekonomik eğilimlerin ve politika değişikliklerinin etkisinin değerlendirilmesi yoluyla tüm idari, mali ve ekonomik sistemlerde önemli iyileşmeler yaşanacaktır (Baisalbayeva vd., 2018, s.30).

Vergi uygulamalarında yapay zekânın kullanımı günümüzde yaygınlaşmaya başlamıştır. Çin'in Guangdong eyaletinde 660 bireysel, endüstriyel ve ticari vergi mükellefinin işlemleri yapay zekâ tabanlı vergi robotu tarafından gerçekleştirilmiş ve sonuçta vergi memurların yükü yarıya inmiştir. Çin'de vergileme alanında kullanılan diğer yapay zekâ uygulamalarından bazıları şunlardır (Huang, 2018, s.1819-1820);

- Vergi robotu ile yüz fotoğrafı, kimlik kartı ve iletişim numarası gibi vergi mükellefi bilgilerini toplama,
- Cep telefonu için geliştirilen vergi yazılımları ile mükelleflerinin vergi süreçleri, piyasa durumu ve kanunlarda yapılan değişiklikler hakkında bilgilendirme,
- Mükellefler tarafından yöneltilen soruları dinleyen, bilgileri işleyen ve sorularına yanıt veren vergi robotları ile dijital danışmanlık hizmeti sunulmaktadır.

Veri analitiği, vergi yazılımları ve anlık raporlama sistemleri gibi yapay zekâ uygulamaları vergi uyumunu artırmaktadır. Vergi idaresi çalışanlarının ve mükelleflerin bu dönüşüm sürecine adaptasyonu önem kazanmıştır. Dünya Bankası ile PwC tarafından

hazırlanan “2019 Vergi Ödemeleri” raporunda (2018, s.4), teknolojinin mevcut işlerin yapısını değiştirdiği ve vergi uygulamalarında insan kaynaklarının bilişsel becerilerinin artırılması için yapay zekânın kullanımı ve geliştirilmesi konusunda eğitime tabi tutulmaları gerekliliğine vurgu yapılmıştır. Vergi uygulamalarında yapay zekâ kullanımı, vergi uzmanlarının veri bilimi alanında da uzmanlaşmalarını zorunlu kılmaktadır (Milner ve Berg, s.8).

Yapay Zekânın Vergi Uygulamalarında Kullanımında Karşılaşılan Zorluklar

Vergi uygulamalarında yapay zekânın kullanımı, vergi risklerinin önceden tespiti, insan kaynaklı hata payının azaltılması ve vergi idari maliyetlerinin düşürülmesi gibi olumlu gelişme ve iyileştirmelerin yanında aşılması gereken birçok zorluğu da beraberinde getirmektedir. Vergi uygulamalarında yapay zekânın kullanımına ilişkin karşılaşılan zorluklar ve riskler maddeler halinde aşağıda sıralanmıştır (Huang, 2018, s.1821; Zhou, 2019, s.201-204);

- Vergi uygulamalarında yapay zekâ kullanımının önündeki en önemli engel, vergi hukukunun çok yönlü olması ve sıklıkla değişmesidir. Mükellefin gelir ve kazancının tespiti ile yakından ilişkili olan ticaret, sosyal güvenlik ve iş mevzuatları da çok sık değişikliğe uğramaktadır. Bu durum yapay zekâ sistemlerinin devamlı ve eş zamanlı güncellenmesini gerektirmektedir. Esasında yapay zekânın doğası bu güncellemeye uygun olmasına karşın vergi idarelerinde yapay zekâ kullanımının başlangıç aşamasında olması nedeniyle manuel olarak müdahaleye ihtiyaç duyulmaktadır.
- Vergi uygulamalarında yapay zekânın kullanımı, kişisel bilgilerin gizliliğini garanti etmemektedir. Birçok kaynaktan veri toplayan yapay zekâ uygulamalarında meydana gelecek bir sızıntı, kişisel ve mali bilgilerin gizliliğini ifşa edebilecektir. Yetkisiz erişiminden (korsan saldırılardan) kaynaklı bilginin açığa çıkma riskini önlemek ise ilave insan kaynağı, altyapı ve finansal maliyetler ortaya çıkaracaktır.

- Elektronik harp/kıyamet, doğal afet gibi olasılıklara karşı önemli verilerin sadece dijital ortamda (bulut sistemlerinde) saklanması devletler açısından risk oluşturmaktadır. Diğer taraftan yapay zekâ kullanımında kontrol dışı gelişmeler yaşandığında, akıllı sistemin tasarımcısı, üreticisi ya da kullanıcılarından hangisinin yasal olarak sorumlu tutulacağı belirlenmesi de belirsizlik taşımaktadır.
- Yapay zekâ teknolojisinin kontrol dışına çıkabilme riski bulunmaktadır. Yapay zekâ teknolojisinin aşırı yaygınlaşmasını kontrol edebilecek zihinsel kapasiteye sahip üst bir mekanizmanın olmayışı, bu mekanizmaların dizayn hataları nedeniyle ya da kendiliğinden yanlış karar almaları halinde devlet, bütçe, harcama alanında telafisi mümkün olmayan sonuçların ortaya çıkmasına neden olabilecektir.
- Yapay zekânın kurulumu ve mevcut vergi sistemine entegrasyonunun başlangıç maliyetlerinin yüksekliği, vergi uygulamalarında yapay zekâ kullanımının yaygınlaşmasını etkileyecektir.
- Personelin veya uzman ekiplerin mesleki niteliklerinin yeterli düzeyde olmamasının yanısıra yapay zekâ nedeniyle işsiz kalma riski, dijital dönüşümün yavaşlamasına yol açabilecektir.

Sayılan risklere karşı öncelikli olarak yasal mevzuatın yeni teknolojiye uyumlu hale getirilmesi gerekmektedir. Yapay zekâ mekanizmalarının kullanımı sonucunda oluşacak sorumlulukların belirlenmesi ve denetimi gibi alanlarda ortaya çıkabilecek muğlak yapının giderilmesi için yasal sistemde bu yönde iyileştirmeler yapılması gerekmektedir. Mükellef bilgilerinin sızıntıya uğramasının önüne geçmek için şifreleme teknolojileri alanında araştırma ve geliştirmelere önem verilmelidir (Zhou, 2019, s.203-205).

Vergileme İlkeleri Ve Yapay Zekâ

Tarihsel süreçte vatandaşlar, vergi yükünün aşırı artması ya da vergilerin verimsiz kullanılması durumunda yönetime tepkilerini vergi kaçakçılığı, vergi yansıtması, vergi grevi ya da en son raddede vergi isyanları ile ortaya koymuşlardır. Birçok ülkede vergi temelli isyanlar sonucu yönetimler değişmiş hatta Amerika Birleşik Devletleri'nin kuruluşunda rol oynayan Boston Çay Partisi İsyanında da görüldüğü üzere yeni devletlerin kurulmasında vergiye karşı verilen tepkiler önemli rol oynamıştır. Özellikle Birinci Sanayi Devriminden sonra kamusal nitelikli ihtiyaçların devletler tarafından daha

fazla üstlenilmeye başlanması da vergi gelirlerine olan ihtiyacı artırmış ve gelir, servet ve tüketim üzerinden zaman içerisinde alınan vergilerin sayısı devamlı artış göstermiştir.

Küreselleşme sonucu zaman ve mekân algısının değişmesi, ekonomik sınırların ortadan kalkmasına; çokuluslu şirketlerin yaygınlaşması ise uluslararası vergilendirme süreçlerinin işletilmesine yol açmıştır. Zaman içerisinde toplumda bir verginin uygulanış biçimi ve başarısı ile ilgili olarak uyulması gereken normatif nitelikte vergilendirme ilkeleri belirlenmiştir. Ancak, dördüncü sanayi devrimi ile birlikte endüstri, tıp ve hizmet sektöründe yaygın şekilde kullanılmaya başlanan yapay zekânın 2000’li yıllarla birlikte gerek mükelleflerin denetimi gerekse vergilendirme süreçlerinde de kullanımı, yapay zekânın vergilendirme ilkelerine olan katkısının değerlendirilmesini gerekli kılmaktadır.

Vergilemede *genellik ilkesi* gereğince sosyal sınıf ayrımı gözetilmeksizin mükellef sayılabilen tüm bireylerin vergi ödemesi gerekmektedir (Aksoy, 1998, s.227). Bu ilke 1982 Anayasasında “Herkes, kamu giderlerini karşılamak üzere mali gücüne göre vergi ödemekle yükümlüdür.” denilmek suretiyle vurgulanmıştır. Vergilemede *eşitlik (adalet-ödeme gücü) ilkesi* ise vergilerin gelir ile eşit orantılı olması gerektiğine vurgu yapmaktadır. Ancak vergi kaçakçılığı, vergi kanunlarının ihlal edilerek genellik ilkesinin kapsamının gayri kanuni şekilde daralmasına yol açmaktadır. Aynı zamanda aynı mali güce sahip iki kişiden birinin vergi kaçırmaması, diğerinin ise vergisini ödemesi, eşitlik ilkesinin en tipik ihlalidir (Edizdoğan, 2008, s.235).

Vergi kaçakçılığı kavramı kayıt dışı ekonomi çerçevesinde ele alınabilir çünkü her iki kavramın temelinde kişilerin gelirlerini yasal olmayan yollardan artırma çabası yatmaktadır. Kişilerin denetim oranlarının düşüklüğü, vergi kaçırmanın yaygınlaşmasının ve kayıtdışı ekonominin oluşmasının en önemli sebeplerinden biridir (Çomaklı, Turan ve Doğruyol, 2017, s.211-212). Örneğin Türkiye’de kayıtdışı ekonominin GSYİH’ya oranı 2000 yılında % 29,5, 2010 yılında %29,4 ve 2016 yılında % 29,6 düzeyinde gerçekleşmiştir (Kelmanson ve diğ., 2019). Mükelleflerin denetimlerine bakıldığında, Gelir Vergisi (GMSİ hariç) ve Kurumlar Vergisi mükelleflerinin 2017 yılında %1,68, 2018 yılında ise sadece % 1,63’ü incelemeye tabi tutulmuştur (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2018, s.46). Bu durum vergi idarelerinin donanım ve personel bakımından yetersizliğinden kaynaklanmaktadır.

Banka kayıtları, satış sözleşmeleri, mükelleflerin diğer ülkelerde ki faaliyetleri, harcama ve gelir kalemleri ile mükellefin geçmiş vergi kayıtları yapay zekâ kullanılarak en az hata

ile kısa sürede denetlenebilmekte ve vergi kaçakçılığı vakaları önceden tespit edilebilmektedir. Bu kapsamda vergi kayıp ve kaçaklarını en aza indirme ve böylece vergilemede genellik ve eşitlik ilkelerine ulaşmada etkin bir araç olarak yapay zekâ uygulamalarının kullanımı artmaktadır. Dünya Bankası ile PwC tarafından hazırlanan “2019 Vergi Ödemeleri” raporunda (2018) teknolojinin vergi politikaları, mükelleflerin vergi uyumu ve vergi idaresi üzerine etkileri ele alınmıştır. Buna göre 2017 yılı itibariyle incelenen ülkelerde yapay zeka temelli vergi muhasebe sistemleri, anlık raporlama sistemleri ve online hazır vergi beyanı ve ödeme sistemlerinin geliştirilmesi, vergi uyumunun artmasının en önemli etkenleri olarak sıralanmıştır.

Türkiye’de 31 Temmuz 2004 Tarihli Resmi Gazetede yayınlanan 5228 Sayılı kanunla birlikte e-beyanname uygulaması hayata geçmiştir. 2004 yılından %99,5 düzeyinde gerçekleşen kâğıt üzerinde beyanname doldurulma oranı 2018 yılında %0,5’e düşmüştür (Kahraman, 25.10. 2019). Vergi incelemelerinin hatasız ve kısa sürede yapılabilmesi için mükelleflerin elektronik verileri (e-defter, e-fatura vb.) Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı bünyesinde geliştirilen VEDAS adı altında e-denetim analiz sisteminde kullanılmaya başlanmıştır (Hazine ve Maliye Bakanlığı, 2018, s.36).

Vergilemede *tasarruf (ucuzluk) ilkesi* ise mükellefin cebinden çıkan para ile hazineye giden para arasında miktar ve zaman farkının en aza indirilmesini hedeflemektedir. Bu kapsamda verginin tarh ve tahsil işlem maliyetlerinin düşürülmesi, vergilendirme sürecinin en kısa sürede tamamlanarak vergilerin hazineye aktarılmasının sağlanması gerekmektedir. Enflasyonist ortamda tarh ve tahsil arasındaki sürenin uzaması ise vergi gelirlerinin aşınmasına (Olivera-Tanzi Etkisi) neden olacaktır (Çomaklı, Turan ve Doğruyol, 2017, s.204). Gelir idarelerinde yapay zekâ kullanımının yaygınlaşması, vergileme sürecinin kısalmasına neden olmuştur. E-beyanname uygulamaları ile vergi idaresi ve mükellefler arasında gerçekleşen beyanname süreçleri kısalmış, aynı zamanda kâğıt ve belge israfı azaltılmıştır. Vergi robotlarıyla mükellef veri girişleri daha az hata ile kısa sürede yapılmaya başlanmıştır. Büyük verilerin yapay zekâ uygulamaları ile kısa sürede incelenmesi, dosyaların birikmesi ve zaman aşımına uğramasından kaynaklı vergi kayıplarının önüne geçilmesine yol açacaktır.

Vergilemede *kesinlik (belirlilik) ilkesi* gereğince mükellefler ödeyecekleri verginin ödeme zamanını, ödeme biçimini ve miktarını açık ve kesin olarak bilmeli, vergi kanunları karmaşık olmamalı, mükelleflerin anlayacağı kadar açık bir dilde yazılmalıdır.

Mükelleflere rehberlik ve destek hizmetleri sunan yapay zekâ temelli yapıların vergi idarelerinde kullanımı vergi uyumunun artmasına neden olmaktadır. Bulut platformlarından yararlanarak dijital asistanlık hizmetlerinin sunulması, karmaşık ve sık değişen vergi mevzuatından kaynaklı sorunların mükelleflerin anlık bilgilendirilmesi ile giderilmesinde önemli rol oynamaktadır.

Sonuç

Endüstri 4.0 ile birlikte kullanılmaya başlanan yapay zekâ teknolojileri, günümüzde başta endüstri olmak üzere hayatının her alanına nüfuz etmiştir. İnsanların yönettiği ve robotların desteklediği iş süreci, insanların gözetlediği ancak bilişsel yargılar verebilen robotların uçtan uca rol aldığı bir yapıya dönüşmeye başlamıştır. Genel olarak bakıldığında beyaz yakalı çalışanların metal yaka olarak da adlandırılan yapay zekâyâ sahip robotlar ile yer değiştirmeye başlaması, geleneksel çalışma biçimlerinin değişmesine, maliyetlerin azalmasına, ekonomik etkinliğin artmasına ve insanlardan kaynaklı hataların azalmasına yol açmıştır.

Son yıllarda vergi idaresinde ve uygulamalarında veri toplama, karmaşık işlemleri analiz etme, sınıflandırma, anlık raporlama, geleceğe dönük vergi hasılat tahminlerinde bulunma ve mükelleflere dijital danışmanlık hizmeti sunmada yapay zekâ teknolojilerinden daha çok faydalanılmaktadır. Vergi idarelerinde yapay zekâ kullanımının yaygınlaşması, vergileme sürecinin kısılmasına, vergi kayıp ve kaçaklarının azalmasına, vergi uyumunun artmasına, vergileme ilkelerine uygun adil ve etkin bir vergilendirme sisteminin hayata geçirilmesine imkân tanımaktadır. Yapay zekâ platformlarının vergi uygulamalarında kullanımını yavaşlatan en önemli faktör, vergi idaresi çalışanlarının ve mükelleflerin bu dönüşüm sürecine adaptasyonunun zaman alacağı gerçeğidir.

Kaynakça

- Aksoy, Ş. (1998). *Kamu Maliyesi*. (3.Baskı). İstanbul: Filiz.
- Arndts, J. ve Kappner, K. (2019). Taxing Artificial Intelligences. *IREF Working Paper*. No. 201902.
- Baisalbayeva, K., Enden, E., Tenan, R., ve Flores, R. (2018). *The Data Intelligent Tax Administration- Meeting the challenges of Big Tax Data and Analytics*. Microsoft and PricewaterhouseCoopers.
- Barr, A. ve Feigenbaum, E. A. (1981). *The Handbook of Artificial Intelligence*. Volume I. USA: Heuristech Press.
- Çomaklı, Ş.E., Turan, D. ve Doğruyol, C. (2017). *Kamu Maliyesi*. (4. Baskı). Ankara: Savaş.
- Edizdoğan, N. (2008). *Kamu Maliyesi*. (10. Baskı). Bursa: Ekin.
- Erkan, S. (2019). Yapay Zekâ ve Makine Öğreniminin Vergi Uygulamalarında Kullanımı ve Karar Almaya Etkisi. *Vergi Dünyası Dergisi*, 39 (457), 59-66.
- Gacar, A. (2019). Yapay Zekâ ve Yapay Zekânın Muhasebe Mesleğine Olan Etkileri: Türkiye'ye Yönelik Fırsat ve Tehditler. *Balkan Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 389–394.
- Ginsberg, M. (1993). *Essentials of Artificial Intelligence*. USA:Morgan Kaufmann.
- Goertzel, B. ve Pennachin, C. (1998). *Artificial General Intelligence*. USA: Springer.
- Hazine ve Maliye Bakanlığı, *Faaliyet Raporu 2018*, Vergi Denetim Kurulu Başkanlığı, Ankara. www.vdk.gov.tr
- Huang, Z. (2018). Discussion on the Development of Artificial Intelligence in Taxation. *American Journal of Industrial and Business Management*, 8, 1817-1824.
- Joshi, N. (19.06.2019). *7 Types of Artificial Intelligence*, FORBES, Erişim Tarihi: 22 Ekim 2019, <https://www.forbes.com/sites/cognitiveworld/2019/06/19/7-types-of-artificial-intelligence/#1c792818233e>, Erişim Tarihi: 24.02.2020.

- Kahraman, A. (25.10.2019). Vergi İdaresi Neden Dijitalleşiyor. *Vergide Gündem*, Erişim Tarihi: 12 Kasım 2019, <https://www.ekonomist.com.tr/abdulkadir-kahraman/vergi-idaresi-neden-dijitallesiyor.html>,
- Kelmanson, B., Kirabaeva, K., Medina, L., Mircheva, B. ve Weiss, J. (2019). Explaining the Shadow Economy in Europe: Size, Causes and Policy Options. *IMF Working Paper*. WP/19/278, Erişim Tarihi: 05 Kasım 2019, <file:///C:/Users/Default.AOF2623/Desktop/Downloads/wpica2019278-print-pdf.pdf>
- Lin, P., ve Hazelbaker, T. (2019). Meeting the Challenge of Artificial Intelligence. *The CPA Journal*, 89(6), 48–52.
- Lucci, S. ve Kopec, D. (2016). *Artificial Intelligence In 21st Century: A living Introduction*. (Second Edition). USA: Mercury Learning and Information.
- Lungarella, M., Lida, F., Bongard, J. ve Pfeifer, R. (2007). *50 Years of Artificial Intelligence*. Germany: Springer.
- McCorduck, P. (2004). *Machines Who Think: A Personal Inquiry into the History and Prospects of Artificial Intelligence*. (2.Baskı). London: A.K. Peters/CRC.
- Milner, C. ve Berg, B. (tarih yok). Tax Analytics-Artificial Intelligence and Machine Learning–Level 5. *PWC Advanced Tax Analytics & Innovation*, Erişim Tarihi: 02 Kasım 2019, <https://www.pwc.no/no/publikasjoner/Digitalisering/artificial-intelligence-and-machine-learning-final1.pdf>
- Mueller, J.P. ve Massaron, L. (2018). *Artificial Intelligence for Dummies*. Canada: John Wiley and Sons.
- PWC. (February 2018). *The Macroeconomic Impact of Artificial Intelligence*, Erişim Tarihi: 05 Eylül 2019, <https://www.pwc.co.uk/economic-services/assets/macro-economic-impact-of-ai-technical-report-feb-18.pdf>
- PwC ve World Bank Group. (2018). *Paying Taxes 2019*. Erişim Tarihi: 02 Ekim 2019, <https://www.pwc.com/payingtaxes>
- Shapiro, S.C. (1987). *Encyclopedia of Artificial Intelligence*. Vol:1(A-N). Newyork: Wiley- Interscience.

Turing, A.M. (October 1950). Computing Machinery and Intelligence. *Mind. New Series*, 59(236), 433-460.

Volkenburgh, B. V. (11.09.2019). *Artificial Intelligence and Taxes: 8 Ways It's Being Used*, Erişim Tarihi: 02 Eylül 2019, <https://www.crowdreason.com/blog/artificial-intelligence-tax>

Zhou, L. (2019). Opportunities and Challenges of Artificial Intelligence in the Application of Taxation System. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 109, 201-206.

**Soğuk Savaş Dönemi'nde Özgür Avrupa Radyosu'nu Konu Alan "Gerçekliğin Kuleleri"
Adlı Kısa Film Üzerine İnceleme**

**The Examination on the Short Film "The Towers of Truth" Regarding Free European
Radio in the Cold War**

Dr. Hakan Aşkan - Dr. Öğr. Üyesi Aytuğ Mermer Üzümlü†*

Başvuru Tarihi: 17.12.2019
Kabul Tarihi: 13.02.2020

Özet

Özgür Avrupa Radyosu (ÖAR), 1950 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nin desteğinde antikomünist yayınlar yapmak üzere kurulan bir kurumdur. ÖAR, Soğuk Savaş döneminde doğrudan Doğu Blok'u ülkelerine farklı dillerde yayın yaparak, Batı Blok'unun lehine, Sovyetler Birliği'nin ise aleyhine propaganda faaliyetleri yürütmüştür. Bu süreçte ÖAR, yayınlarının Doğu Blok'u ülkeleri üzerindeki etkisini göstermek için "Gerçekliğin Kuleleri" adlı kısa propaganda filmi hazırlamıştır. Hazırlanan kısa film üzerinden aynı zamanda kamuoyundan da destek almayı amaçlamıştır. Bu çalışmada "Gerçekliğin Kuleleri" üzerinden, ÖAR'nin Doğu Blok'u ülkelerine yönelik faaliyetlerinin kitlelere ne şekilde aktarıldığının ve Batı ve Doğu Blok'unun kitlelere nasıl sunulduğunun ortaya konmasına çalışılmıştır. Bu amaçla çalışma kapsamında antropolog Claude Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli üzerinden, "Gerçekliğin Kuleleri", göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Elde edilen bulgularda, kısa filmde ÖAR'nin radyo yayınlarının Doğu Blok'u ülkelerine gerçekleri yansıtan haber kaynağı olarak sunulduğu görülmüştür. Diğer yandan, kısa filmde Batı Blok'u ülkelerinin demokrasi ve özgürlük, Sovyetler Birliği'nin ise baskı ve esaret kavramları ile somutlandığı ortaya konmuştur.

Anahtar Kelimeler: *Radyo, Kısa Film, Özgür Avrupa Radyosu, Soğuk Savaş, ABD, SSCB, Doğu Bloku, Batı Bloku*

* İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Radyo Televizyon ve Sinema Bölümü, hakan.askan@inonu.edu.tr, ORCID: 0000-0001-9627-5911
† Amasya Üniversitesi, Amasya Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, aytug.mermer@amasya.edu.tr, ORCID: 0000-0001-6410-4974

Abstract

Radio Free Europe (RFE) was founded in 1950 with the support of the United States to produce anticommunist broadcasts. During the Cold War, RFE broadcasted directly to Eastern Bloc countries in different languages and made propaganda in favor of Western Bloc and against the Soviet Union. In this process, RFE prepared a short propaganda film called as "The Towers of Truth" to show the impact of its publications on Eastern Bloc countries. It also aimed to get support from the public through the short film prepared. In this study, it was aimed to reveal how the activities of RFE towards Eastern Bloc countries were presented to the masses and how Western and Eastern Bloc were presented to the masses through "The Towers of Truth". For this purpose, "The Towers of Truth" was examined through anthropologist Claude Lévi-Strauss's Binary Contrast Model, using the semiotic analysis method. According to the findings, RFE's radio broadcasts were presented to Eastern Bloc countries as a news source reflecting the facts. On the other hand, the short film showed that Western Bloc countries were concretized with the concepts of democracy and freedom, and the Soviet Union with the concepts of oppression and captivity.

Keywords: *Radio, Short Film, Free European Radio, Cold War, USA, USSR, Eastern Bloc, Western Bloc*

Giriş

İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra dünya ABD'nin liderlik ettiği Batı Blok'u ve Sovyetler Birliği'nin liderlik ettiği Doğu Blok'u olmak üzere iki kutba ayrılmıştır. Bu süreçte 1991 yılında Sovyetler Birliği'nin dağılmasına kadar süren Soğuk Savaş dönemi başlamıştır. Soğuk Savaş döneminde Batı ve Doğu Blok'u arasındaki sınırlar belirginleşmiş, Sovyetler Birliği, kontrolü altında tuttuğu Doğu Blok'u ülkelerinde sıkı bir denetim kurmayı başarmıştır. Bu süreçte ABD, Doğu Blok'u ülkelerini Sovyetler Birliği'nin tahakkümünden kurtarmaya yönelik faaliyetlere yönelmiştir. Bu amaçla ABD yönetiminin desteğinde Doğu Blok'una yönelik Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarına alternatif oluşturabilmek için Doğu Blok'una yayın yapması amacıyla Özgür Avrupa Radyosu (ÖAR) kurulmuştur. ÖAR'nin temel amacı, Doğu Blok'u ülkelerine antikomünist radyo yayınları yapmak ve Doğu Blok'u halkları arasında Sovyetler Birliği karşıtı özgürlük vurgusunu ön plana çıkarmak olmuştur. Kuruluşundan sonra ÖAR'nin radyo yayınları Sovyetler Birliği için önemli bir tehdit olarak belirmiştir. ÖAR, bu aşamada radyo yayınlarının Doğu Blok'u ülkelerindeki etkisini göstermek ve aynı zamanda kamuoyundan radyo yayınları konusunda destek alabilmek adına *Gerçekliğin Kuleleri* (The Towers of Truth) adlı kısa film hazırlatmıştır. Filmde ÖAR'nin Doğu Blok'u ülkelerine yönelik radyo yayınları kapsamlı olarak açıklanmaya çalışılmıştır.

Uluslararası akademik literatürde doğrudan ÖAR'i inceleyen çok sayıda çalışma yer almaktadır. Bu çalışmalar içerisinde; Michie (1963), Demir Perde bağlamında; Forbes Jr vd. (1993), uluslararası yayıncılığın etkisi ve kaderi özelinde; Urban (1997), demokrasi bağlamında; Cone (1999), haber medyası ve CIA açısından; Granville (2004), uluslararası karar alma bağlamında; Craciun (2009), Özgür Avrupa Radyosu'nda Monica Lovinescu'yu; Johnson (2010), CIA

bağlamında; Hall (2013), din ve kamu diplomasisi özelinde; Feinberg (2013), gerçekler ve yalanlar bağlamında ÖAR'i incelemiştir.

Soğuk Savaş özelinde ÖAR'i inceleyen çalışmalarda; Puddington (2000), Soğuk Savaş zaferini; Granville (2004), 1956'da Macar Krizi'nde Kremlin üzerindeki etkisini; Granville (2005), 1956'daki Macar Devrimi bağlamında; Cummings (2008), Soğuk Savaş sırasında Münih'teki Özgür Avrupa Radyosu'na yönelik düşman istihbarat faaliyetlerini; Cummings (2014), Soğuk Savaş yayıncılığının arkasındaki Amerikalılar özelinde; Macrea-Toma (2017), Soğuk Savaş arşivlerinde görünürlüğü bağlamında ele almıştır.

ÖAR'i dönemselsel olarak inceleyen çalışmalar içerisinde; Zawodny (1986), 1952-56 yılları arasında Özgür Avrupa Radyosu Polonya bölümünü; Kasprzak (2004), 1950'lerde ve 1960'larda Polonya'da Özgür Avrupa Radyosu'nu ve Katolik Kilisesi'ni; Komska (2015), 1951-1965 yılları arasındaki dönem üzerinden; Mastny (2019), 1986-1987 yılları arasında Sovyet-Doğu Avrupa Araştırması bağlamında incelemiştir.

ÖAR'i ülke ve olay bazında inceleyen çalışmalar içerisinde; Johnson (1967), Fransa ve Polonya ilişkilerinde; Mickelson (1983), Amerika'nın sesi olarak Özgür Avrupa Radyosu üzerine çalışmalar yaparken; Trapans (1988) Baltık ülkelerine Özgür Avrupa Radyosu'nun etkisini; Hagen (2013), Çekoslovakya'da Özgür Avrupa Radyosu'nu; Rider (2015), 1984 Los Angeles Olimpiyat Oyunları'nda akreditasyon politikaları ve Özgür Avrupa Radyosu'nu araştırmıştır.

Bu çalışmada ise ÖAR'nin radyo yayınlarının kamuoyunda destek bulabilmesi adına gerçekleştirilen propaganda çalışmalarına "Gerçekliğin Kuleleri" adlı kısa film örneği üzerinden yaklaşılabilecektir. Özellikle bu çalışmada "ÖAR'nin faaliyetleri kısa filmde kitlelere ne şekilde aktarılmaktadır?" soruna yanıt aranacaktır. Çalışma, ÖAR'nin Soğuk Savaş dönemindeki rolünü ortaya koymak, radyo yayınlarının Soğuk Savaş döneminde propaganda amaçlı kullanımı hakkında kitlelere bilgi vermek ve Batı ve Doğu Blok'u arasında yaşanan propaganda savaşlarına ışık tutmak amacıyla gerçekleştirilmiştir. Alanda konuyla ilgili çalışmanın bulunmaması, çalışmayı özgün kılmaktadır. Bu açıdan mevcut çalışmayla radyo yayıncılığı alanındaki literatür boşluğunun doldurulması amaçlanmıştır. Bu amaçla çalışmada nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz metodu kullanılmıştır. Çalışmada kısa filmdeki Batı ve Doğu Blok'u ülkelerinin radyo yayınlarının sunumu Claude Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli üzerinden analiz edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla kısa film 8 ana sekans üzerinden Lévi-Strauss'un somutlama mantığı temelinde hazırlanan tablolar yoluyla analiz yapılmıştır. Çalışmada elde edilen bulgular, Soğuk Savaş döneminde radyo yayıncılığına ışık tutması ve Batı Blok'u ve Doğu Blok'u arasında gerçekleşen radyo savaşları hakkında bilgi vermesi bakımından önem taşımaktadır.

Soğuk Savaş Dönemi'nde Radyo Yayıncılığına Genel Bakış

İkinci Dünya Savaşı'nda gerek Mihver Devletleri gerekse Müttefik Devletleri tarafından radyo etkili bir propaganda aracı olarak kullanılmıştır (Çalışkan, 2020, s. 187). İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra başlayan Soğuk Savaş döneminde de radyodan propaganda amaçlı etkili şekilde yararlanılmıştır (Gazi vd., 2018, s. 29).

Sovyetler Birliği, İkinci Dünya Savaşı sırasında ABD ve İngiltere ile birlikte Almanya'ya karşı aynı cephede savaşmıştır. Savaştan sonra Sovyetler Birliği Doğu Avrupa'da denetim kurmayı başarmış ve Doğu Avrupa ülkelerinde sosyalist yönetimlerin iktidara gelmesini sağlamıştır. Diğer yandan Sovyetler Birliği, dünyanın çeşitli bölgelerinde sosyalist yönetimlerin iktidara gelmesi için de çalışmalar yürütmüştür. Bu aşamada Sovyetler Birliği, eski müttefikleri ile anlaşmazlığa düşmüştür. Böylece eski müttefik devletler Soğuk Savaş döneminde Batı ve Doğu Blok'u olarak iki zıt kutupta yer almıştır. ABD'nin liderlik ettiği Batı Blok'u ülkeleri ise Sovyetler Birliği'nin yayılmacı politikasına karşı çıkararak, komünizm ideolojisinin diğer ülkelerde egemen olmasını önlemeye çalışmıştır. Soğuk Savaş'ta radyonun stratejik önemi ortaya çıkmıştır (Webb, 2013, s. 221). Bu süreçte Batı Blok'u, Sovyetler Birliği'ne karşı Doğu Blok'u ülkelere yönelik olarak olumsuz propaganda faaliyetlerine girişmiştir.

Soğuk Savaş döneminde Sovyetler Birliği, radyo yayınları üzerinden komünizm ideolojisini yücelten propaganda faaliyetlerine yönelmekteydi. Diğer yandan Sovyetler Birliği yönetimi radyo kanalıyla Doğu Blok'u ülkelere yönelik kapitalizm karşıtı propaganda yürüterek, Doğu Blok'u halkları nezdinde Batı Blok'unu itibarsızlaştırmaya çalışmaktaydı. Aynı anda Batı Blok'unun radyo yayınları da Doğu Blok'u ülkelere yönelik komünizm karşıtı propagandaya yönelmekteydi. Sovyetler Birliği, Doğu Blok'u ülkelerinde kendi radyo kanallarının dinlenmesini teşvik etmekteydi. Batı Blok'u ülkelerinde yerel ve küresel olarak komünizme karşı mücadele söz konusuydu (Deery, 2001, s. 607). Bu açıdan Sovyetler Birliği, Batı Blok'u ülkelerinin Doğu Blok'u ülkelerinde kargaşa amacıyla radyo yayınları gerçekleştirdiğini iddia etmekteydi. Bu nedenle Doğu Blok'unda Batı Blok'unun radyo yayınları gizli olarak dinlenmekteydi. Soğuk Savaş döneminde meydana gelen Kore Savaşı ve Vietnam Savaşı sırasında Batı Blok'u ve Doğu Blok'unun radyo yayınları arasındaki propaganda faaliyetleri şiddetlenmişti. Her iki taraf da radyo yayınları üzerinden birbirlerini savaşa neden olmakla suçlamaktaydı. Bu süreçte Sovyetler Birliği, radyo yayınları üzerinden Batı Blok'unun kapitalizme hizmet ettiğini ve işgalci bir tutum sergilediğini iddia etmekteydi. Diğer yandan Batı Blok'una ait radyo yayınlarında ise Sovyetler Birliği'nin komünizm ideolojisi üzerinden dünyayı ele geçirmeye çalıştığı aktarılmaktaydı. Radyo, Batı Blok'u ve Doğu Blok'u arasındaki ideolojik çatışmada önemli bir rol oynamaktaydı (Risso, 2013, s. 145).

Batı Blok'u ve Doğu Blok'u ülkeleri, radyo yayınlarını ülke genelinde alınan kararları meşrulaştırmak amacıyla da kullanmaktaydı. ABD yönetimi, radyo yayınları üzerinden ülke genelinde Sovyetler Birliği'ne yönelik nefret söylemi inşa etmekteydi. İnşa edilen nefret söylemiyle birlikte ABD yönetimi, Kore Savaşı ve Vietnam Savaşı'nda gerçekleştirilen askerî harekâtlarda kamuoyundan destek almayı amaçlamaktaydı. Diğer yandan Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarında ABD yönetimi Komünizm ideolojisinin ve Doğu Blok'unun baş düşmanı olarak kitlelere sunulmaktaydı. Bu süreçte Sovyetler Birliği yönetimi 1956 yılında Macaristan'a, 1968 yılında da Çekoslovakya'ya yönelik gerçekleştirdiği müdahaleleri kitleler nezdinde haklı çıkarmaya çalışmaktaydı. Aynı zamanda ABD radyo yayınlarının da Amerikan istihbaratının Sovyetler Birliği'ne karşı yıkıcı propaganda faaliyetlerine hizmet ettiği iddia edilmekteydi (Rider, 2015, s. 37). Bu süreçte Batı Blok'unda, Komünizm ideolojisine karşı faaliyet gösteren Özgür Avrupa Radyosu, Sovyetler Birliği için ciddi bir tehdit oluşturmaktaydı.

Özgür Avrupa Radyosu ve Doğu Blok'una Yönelik Faaliyetleri

Özgür Avrupa Radyosu (Radio Free Europe), günümüzde Orta Asya, Orta Doğu ve Doğu Avrupa'ya bilgi akışı sağlamayı amaçlayan bir yayın kuruluşudur. ÖAR, Özgür Radyo (RL) ile 1976 yılında birleşmiştir. ÖAR, radyo yayınlarında kendisini tarafsız haber yapan yayın kuruluşu olarak ön plana çıkarmaktadır. ÖAR, 1949 yılında kurulduğunda temel amacı Doğu Blok'u ülkelere antikomünist yayınlar yapmaktır. Bu açıdan ÖAR'nin yayınlarında Sovyetler Birliği yönetimi sert bir şekilde eleştirilmiş, Sovyetler Birliği'nin Doğu Avrupa ülkelerini esaret ve baskı altında yönettiği iddia edilmiştir. ÖAR radyo yayınlarında Sovyetler Birliği liderlerinin uygulamalarını da sert bir dil ile eleştirmiş ve Sovyetler Birliği liderleri Doğu Blok'u ülkelerindeki halkların ellerinden özgürlüklerini almakla suçlanmıştır. Diğer yandan ÖAR, sürekli olarak Batı Blok'unun lehine propaganda yayınları yapmakta, Batı Blok'undaki halkların özgür ve refah bir yaşam sürdürdüğüne ilişkin haberleri Doğu Blok'u ülkelerindeki halklara aktarmaktaydı. Diğer bir deyişle radyo propagandası, kapitalizmi teşvik etmeyi, Komünizm ideolojisinin de etkisini azaltmayı amaçlamaktaydı (Kisatsky, 1999, s. 160).

ÖAR, 1995 yılına kadar çalışmalarını Batı Almanya'nın Münih kentinde sürdürmüştür. Soğuk Savaş'ın bitmesinden sonra 1995 yılında merkezi, Çek Cumhuriyeti'nin başkenti Prag'a taşınmıştır. ÖAR, Doğu Blok'u ülkelere yönelik yayınlarını etkili bir şekilde sürdürebilmek için yayın istasyonlarını Doğu Blok'u ülkelerinin sınırına konumlandırmıştır. Bu süreçte ÖAR'nin Doğu Blok'u ülkelerinin dillerini bilen spikerler, doğrudan Sovyetler Birliği karşıtı haberleri kitlelere ulaştırmaktaydı. ÖAR radyo propagandasında Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarının gerçek dışı bilgileri, ÖAR'nin radyo yayınlarının ise gerçek bilgileri aktardığına yönelik kitlelerde algı inşa etmeye çalışmaktaydı. ABD yönetimi doğrudan propaganda faaliyetlerini yürütmekteydi (Schwalbe, 2005, s. 111). ÖAR'nin radyo yayınlarında, Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarının Doğu Blok'u ülkelerindeki insanların beyinlerini yıkadığı iddia edilmekteydi. ÖAR, Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarında haberlerin kitlelerden saklandığını ve bilgilerin manipüle edildiğini belirtmekteydi. Bu şekilde Doğu Blok'u ülkelerindeki halklar nezdinde Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarına yönelik güvensizlik inşa edilmesi amaçlanmaktaydı. Sovyetler Birliği yönetimi 1956 yılında Macaristan'daki ve 1968 yılında da Çekoslovakya'daki askeri müdahalelerinden dolayı ağır şekilde eleştirilmiştir. Bu aşamada radyo yayınlarında Sovyetler Birliği yönetimi diktatörlük ile suçlanmıştır.

ÖAR'nin radyo yayınları zaman içerisinde Sovyetler Birliği tarafından ciddi bir sorun olarak belirmeye başlamıştır. Nitekim ÖAR'nin radyo yayınlarının içeriği Sovyetler Birliği yönetimine karşı nefret söylemine inşa etmekteydi. Bu süreçte Doğu Blok'u halklarının Sovyetler Birliği'ne karşı önyargı ile hareket etmesine yol açılabilmekteydi. ÖAR'nin nefret söylemi içeren propaganda faaliyetlerine karşı Sovyetler Birliği yönetimi, ÖAR'nin radyo yayınlarını parazitleyerek, engellemeye çalışmaktaydı. Bu amaçla Sovyetler Birliği yönetimi tarafından çeşitli yerlere parazit istasyonları kurulmuş ve Batı Blok'u ülkelerinden gelen radyo yayınlarının durdurulması amaçlanmıştır. Buna karşın ÖAR'nin radyo yayın akışının gücü, Sovyetler Birliği'nin parazitleme çalışmalarını etkisiz bırakmış ve ÖAR'nin radyo yayınları Doğu Blok'u ülkelere ulaşmayı başarmıştır. ÖAR'nin radyo yayınları, Sovyetler Birliği'nin bilgi akışının tek tarafı olarak ilerleyişini engellemiştir. Yaşanan tüm bu süreçte radyo yayınları

Sovyetler Birliği'nin çöküşünde önemli rol oynamıştır (Granville, 2004, s. 589). Sovyetler Birliği, ÖAR'nin radyo yayınlarını parazitleme yoluyla durduramayınca, radyo yayınlarını kitleler nezdinde itibarsızlaştırmaya yönelik propaganda faaliyetine yönelmiştir. Bu süreçte ÖAR'nin ABD yönetimi tarafından doğrudan desteklenmekte olması, Sovyetler Birliği'nin ÖAR karşıtı propagandasında etkili bir şekilde kullanılmıştır. Sovyetler Birliği, kitle iletişim araçları aracılığıyla ÖAR'nin CIA tarafından yönetildiğini ve Doğu Blok'u ülkelerinde kargaşa çıkarmaya çalıştığını iddia etmiştir. Bu süreçte ÖAR'nin, CIA'in propagandasını yaptığı kitlelere aktarılmaktaydı.

Yöntem

Çalışmada "Gerçekliğin Kuleleri" adlı kısa film, nitel araştırma yöntemleri içerisinde yer alan göstergebilimsel analiz yöntemi kullanılarak incelenmiştir. Çalışmada 8 sekansa ayrılan kısa film Fransız antropolog Claude Lévi-Strauss'un (1908-2009) İkili Karşıtlıklar Modeli üzerinden analiz edilmiştir. Göstergebilim, 20. yüzyılın ilk yarısında ortaya çıkan bir bilim dalıdır. Göstergebilim temelinde göstergeler ile örülen anlamların ortaya çıkarılması yatmaktadır (Tanyeri Mazıcı ve Çakı, 2018, s. 295). En basit tanımıyla açıklanacak olursa da gösterge, iki kavramdan birinin diğeri yerine kullanılması ve onu temsil etmesini ifade etmektedir (Rifat, 2013, s. 97). Göstergebilim alanında pek çok farklı kavram ve model yer almaktadır. Bu kavramlardan biri de İkili Karşıtlıklar Modeli'dir.

İkili Karşıtlıklar Modeli'nde insanlar iki gruba ayrılmaktadır. Model, bir grubun olumlu, diğer grubun ise olumsuz kavramlar üzerinden kitlelere sunulduğunu belirtmektedir. Bu aşamada bir grubun olumsuz olarak kitlelere aktarılmasının, yalnızca kültür içerisinde inşa edilen söylemler ile mümkün olduğu belirtilmektedir. Lévi-Strauss, bu söylemlerin mit olgusu üzerinden şekillendiğini belirtmektedir. Aslında toplumların gerçeklik arayışları, toplumların iyi ve kötü olarak anılmalarına yol açtığı aktarılmaktadır. Gerçekte olan bir grubun olumlu, diğer grubun ise olumsuz olduğu değildir. Diğer bir deyişle bir grup diğer grubu olumsuz özellikler ile açıklayabilmektedir. Buna karşın aynı şekilde diğer grupta kendisini olumsuz olarak aktaran grubu olumsuz şekilde sunabilmektedir. Lévi-Strauss, yaşanan bu sürecin yalnızca kalıp yargılar ile meydana geldiğini ve farklılıkların zaman içerisinde karşıtlıklara dönüştüğünü aktarmıştır. Toplum kendi dışındakileri farklı yorumlamaktadır (Lévi-Strauss, 2016, s. 26). Bu süreçte göstergebilim, kültürlerin karşıtlıklar üzerinden farklı kültürleri ne şekilde aktardığını ortaya koymaya çalışmaktadır. İkili karşıtlıklarda göstergeler birinci anlamların dışına çıkarak olumlu veya olumsuz bir şekilde kültür içerisinde anlamlandırılabilir (Çetin vd., 2018, s. 39). Göstergebilim, olumlu ve olumsuz kavramların kültür içerisinde ne şekilde ortaya konulduğu açıklamaya çalışmaktadır. Diğer bir ifadeyle göstergebilim göstergenin karşıtlıklar ile inşa edilen ikinci anlamını bulmaya çalışmaktadır.

Lévi-Strauss'un İkili Karşıtlıklar Modeli, 20. yüzyılda ortaya çıkan ideolojilerin anlamlandırılmasında önemli bir yer tutmaktadır. Nitekim bir ideolojinin farklı bir ideolojiyi tanımlarken kullandığı olumsuz kavramların temelinde ne olduğunu, göstergebilim ortaya koymaktadır. Bu süreçte ideolojik söylemler arasındaki karşıtlıkların inşasında göstergebilimsel çözümler ön plana çıkmaktadır. İdeolojilerin kendilerini nasıl tanıttığı,

farklı ideolojileri ise ne şekilde aktardığı, göstergebilimsel analiz sonucu anlaşılabilir. Lévi-Strauss, bu süreçte ideolojilerin geçmişten günümüze yaşanan değişimleri yansıttığını aktarmaktadır (Lévi-Strauss, 2014, s. 39). Bu açıdan ideolojik anlamlar, farklı tanımlara yönelmiş, bu da yeni kavram ve uygulamaların ortaya çıkmasına yol açmıştır.

İkili Karşıtlıklar Modeli, Lévi-Strauss'un çalışmaları sonucunda ortaya çıkan bir modeldir. Lévi-Strauss, 1930'lu yıllarda Latin Amerika'da ilkel kabileler üzerine incelemede bulunmuş ve "yaban" olarak adlandırılan ilkel kabilelerin aslında yaban olarak tanımlanmasının doğru olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Nitekim Lévi-Strauss, yaban olarak adlandırılan ilkel bir kabilenin su ürünleri veya bitkiler üzerinden çok fazla deneyime sahip olabileceğini, günde bir kaç saat çalışarak tüm günlerinin geçimini sağlayabileceklerini, diğer yandan savaşa veya çatışmalara yönelmeden huzur içerisinde nesillerinin devamını sağlayabileceklerini savunmuştur. Buna karşın modern toplumlarda insanların belirli hayat standardına ulaşabilmek için gün içerisinde çok daha fazla çalışabildiklerini, ilkel kabilelerin su ürünleri ve bitkiler üzerindeki uzmanlığına sahip olmadıklarını ve kimi zaman belirli ideolojilere sahip olduklarından savaşa yöneldikleri ve birbirlerine zarar verebildiklerini aktarmıştır. İkel toplumlar, modern toplumlar gibi değişme uğramadığı için yaban kabul edilmektedir (Lévi-Strauss, 2017, s. 42).

Lévi-Strauss'a göre toplumlar, kendi karşıtlıklarını kendileri oluşturmaktadır. Bir toplum, kendi kültürüne sahip olmayan ve kendi gibi davranmayan toplumu ötekileştirerek dışlayabilmektedir. Toplum kendi düşüncesini nesnel boyutta üstün tutma eğiliminde olabilmektedir (Lévi-Strauss, 2018, s. 27). Bu aşamada toplum kendisini "doğru", "iyi", "çağdaş" ve "modern" gibi soyut kavramlar üzerinden ifade edebilmektedir. Buna karşın diğer toplumlar için de bu kavramların zıttı olan "yanlış", "kötü", "barbar", "ilkel" gibi kavramlar üzerinden somutlamalar yapılabildiğini aktarmaktadır. Bu süreç *somutlama mantığı* olarak adlandırılmaktadır. Somutlamaların inşasında da mitler önemli rol oynamaktadır. Lévi-Strauss'a göre mitler, öyküleri ifade etmektedir (Fiske, 2017, s. 231). Mit, insanların gerçeklik arayışı sonucu oluşturduğu kalıp yargıları ifade etmektedir. Bu aşamada insanların yapay anlamları doğallaştırabildikleri belirtilmektedir. Lévi-Strauss'a göre mitler gerçeklik değil, gerçekliğin yalnızca inşa edilmiş illüzyonudur (Lévi-Strauss, 2013, s. 37). Diğer bir deyişle, mit yalnızca miti inşa eden kültürün doğrularını kapsayabilmektedir.

İncelenen kısa filmde de Batı ve Doğu Blok'u ülkelerinin radyo yayınları arasında nasıl bir ikili karşıtlığın oluşturulduğunun açıklanmasına, diğer yandan radyo yayınlarına yönelik inşa edilen mitler hakkında da bilgi verilmesine çalışılmıştır.

"Gerçekliğin Kuleleri" Adlı Kısa Filmin İkili Karşıtlıklar Modeli Üzerinden İncelenmesi
Çalışmanın bu kısmında *Gerçekliğin Kuleleri* adlı kısa filmin "ABD Karşıtlığı", "Sovyet Radyo Propagandası", "Özgür Avrupa Radyosu", "Doğu Blok'u Halkları", "Eğlence Yayınları", "Dinleyici Mektupları", "Dinleyiciler" ve "ABD Başkanı'nın Açıklaması" konulu sekiz sekansı İkili Karşıtlıklar Modeli üzerinden analiz edilmiştir.

Gerçekliğin Kuleleri adlı kısa film, 1957 yılında, Walter Cronkite'un anlatımında ABD'de ÖAR'i tanıtmak ve destek bulmak amacıyla *Özgürlük İçin Seferberlik** kampanyası kapsamında hazırlanan propaganda ve tanıtım filmidir. Film, kampanya kapsamında 1950'li yılların sonunda propaganda amaçlı televizyon kanallarında gösterilmiştir (PeriscopeFilm, 2019).

"ABD Karşıtlığı" Konulu Sekans

"ABD Karşıtlığı" konulu sekansta, Sovyetler Birliği'nde ABD'ye yönelik nefret söylemi içeren paylaşımlara yer verilmektedir. ABD'nin, Sovyetler Birliği için tehlike oluşturduğu ve komünizm ideolojisi için ABD'nin en büyük düşmanlardan biri olarak sunulduğu aktarılmaktadır. Diğer yandan Sovyetler Birliği'nin Doğu Avrupa'yı tahakküm altına aldığı konusunda bilgilere yer verilmektedir. Sekansta Sovyetler Birliği, modern bir diktatörlük olarak lanse edilmektedir. Ayrıca Sovyetler Birliği insanları köleleştirmekle suçlanmaktadır. Bu aşamada sekansta Sovyetler Birliği'nde ABD'yi eleştirilen görüntülere ve Sovyet ordusunun resmi geçitlerine yer verilmektedir.



Resim 1. "ABD Karşıtlığı" Konulu Sekans

Sekansta, Sovyetler Birliği'nin ABD karşıtı propaganda faaliyetlerine yönelmesi üzerinden "Sovyetler Birliği, ABD'nin düşmanıdır" şeklinde mitin inşa edilmeye çalışıldığı görülmektedir. Mit üzerinden Sovyetler Birliği'nin ABD ve Batı Blok'u için tehdit oluşturduğu ve oluşan tehdidin bir an önce önlenmesi gerektiği algısı kamuoyunda oluşturulmaktadır. Sekansta ikili karşıtlıkların doğrudan ABD ve Sovyetler Birliği özelinde, Batı Blok'u ve Doğu Blok'u üzerinden gerçekleştirildiği görülmektedir. Sekansta ABD, demokrasi ve özgürlük, Sovyetler Birliği ise diktatörlük ve kölelik kavramları ile somutlanmaktadır. Bu aşamada sekan üzerinden Sovyetler Birliği'nin ABD karşıtı gerçekleştirdiği propaganda faaliyetleri ile Doğu Blok'u halklarının, Batı Blok'u halklarına düşman edildiği iddia edilmektedir. Bunu gerçekleştirebilmek içinde Sovyetler Birliği'nin, Doğu Blok'u ülkelerinde baskı yönetimini kurduğu belirtilmektedir. Sekansta genel itibariyle Sovyetler Birliği'nin düşmanca tutum

* 1950-1960 yılları arasında faaliyet gösteren bir Amerikan propaganda kampanyasıydı. Kampanyanın amacı ÖAR'ye fon sağlamak olmuştur. Kampanya, General Dwight D. Eisenhower tarafından 4 Eylül 1950'de başlatılmıştır.

içerisinde hareket ettiğine yönelik algı oluşturularak, Sovyetler Birliği'nin Doğu Blok'u ülkelerinde kurduğu tahakkümün sonlanması için çalışılması telkin edilmektedir.

Tablo 1. "ABD Karşıtlığı" Konulu Sekans

Somut Kavramlar	
ABD	Sovyetler Birliği
Batı Blok'u	Doğu Blok'u
Soyut Kavramlar	
Demokrasi	Diktatörlük
Özgürlük	Kölelik

"ABD Karşıtlığı" konulu sekansın incelenmesi sonucunda, Sovyetler Birliği'nin ABD'yi ve Batı Blok'u ülkelerini propaganda faaliyetleriyle itibarsızlaştırmaya çalıştığı görülmüştür. Bu yolla Sovyetler Birliği'nin Doğu Blok'u halklarının Batı Blok'u ülkelerinin radyo yayınlarını dinlemesini önlemeye çalıştığı ortaya çıkmaktadır. Sovyetler Birliği, Batı Blok'u ülkelerinin radyo yayınlarını parazitlenmede başarılı olamadığı için bu yola başvurduğu söylenebilmektedir.

"Sovyet Radyo Propagandası" Konulu Sekans

"Sovyet Radyo Propagandası" konulu sekansta ise Doğu Blok'u ülkeleri dikenli teller içerisinde aktarılmaktadır. Sovyetler Birliği'nin Doğu Blok'u ülkelerini demir perde arkasından yönettiği ve Doğu Blok'u ülkelerinde sıkı bir denetimin söz konusu olduğu belirtilmektedir. Bu aşamada Sovyetler Birliği'nin insanların beyinlerini yıkadığı iddia edilmekte ve kitleleri istenilen yönde ikna etmeye çalıştığı aktarılmaktadır. Sovyetler Birliği'nde gençlerin komünizm ideolojisi içerisinde tahakküm altına alındığı belirtilmektedir. Tüm bu süreçte Sovyetler Birliği'nin radyo yayınları üzerinden insanları etkisi altına almaya çalıştığı ve kendi yapay gerçekliklerini kabul ettirmeye çalıştığı aktarılmaktadır. Bu aşamada sekansta Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarını dinleyen, yazılı medyasını okuyan kitlelere ait görsellere yer verilmiştir.



Resim 2. "Sovyet Radyo Propagandası" Konulu Sekans

Sekansta, Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarının Doğu Blok'u ülkelerine bilgi vermekten ziyade Sovyetler Birliği yönetiminin ve komünizm ideolojisinin propagandasının yapılması amacıyla kullanıldığı algısı oluşturulmaktadır. Bu algı üzerinden "Sovyetler Birliği radyo yayınları Doğu Blok'undaki halkları manipüle etmektedir" şeklinde mitin oluşmasına neden olmaktadır. Meydana gelen bu mit üzerinden Sovyetler Birliği radyo yayınlarının kamuoyunda itibarsızlaştırılmasının ve bu yayınlara alternatif bir yayının gerekliliğinin vurgusunun yapıldığı görülmektedir. Bu aşamada ABD ve Batı Blok'u hürriyet ve gerçeklik, Sovyetler Birliği ve Sovyetler Birliği'ni temsil eden dikenli tel kavramları ise baskı ve manipülasyon kavramları üzerinden somutlanmaktadır. Sekans üzerinden, Sovyetler Birliği'nin tarafından Doğu Blok'u ülkelere yönelik gerçekleştirilen radyo yayınlarına bir alternatif gelmediği takdirde, Doğu Blok'u halklarının gerçek bilgiye ulaşamayacakları ve Sovyetler Birliği'nin tahakkümü altında yaşamaya devam edecekleri mesajı verilmeye çalışılmaktadır.

Tablo 2. "Sovyet Radyo Propagandası" Konulu Sekans

Somut Kavramlar	
ABD	Sovyetler Birliği
Batı Blok'u	Dikenli Tel
Soyut Kavramlar	
Hürriyet	Baskı
Gerçeklik	Manipülasyon

Sekans analiz edildiğinde, Sovyetler Birliği tarafından gerçekleştirilen radyo yayınlarında yalnızca kendi ideolojik söylemlerinin propagandasının yapıldığı aktarılmıştır. Bu şekilde Doğu Blok'u halklarının Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarına yönelik ön yargı oluşturması amaçlanmıştır. Oluşturulan ön yargı yoluyla Doğu Blok'u halklarının yalnızca gerçekleri aktardığı iddia edilen Batı Blok'u radyo yayınlarına yönelmesinin sağlandığı ortaya çıkmaktadır.

"Özgür Avrupa Radyosu" Konulu Sekans

"Özgür Avrupa Radyosu" konulu sekansta Sovyetler Birliği'nin kurmuş olduğu iddia edilen baskı yönetiminden Doğu Blok'u ülkelerinin kurtulabilmesi için Özgür Avrupa Radyosu'nun ortaya çıktığı aktarılmaktadır. Bu aşamada Macaristan, Bulgaristan, Romanya, Polonya, Slovakya gibi Doğu Blok'u ülkelere yönelik gerçekleştirilen Sovyet radyo yayınlarına yer verilmektedir. ÖAR'nin radyo yayınları ile Sovyetler Birliği'nin bilgi tekelinin ortadan kaldırıldığı aktarılmaktadır. ÖAR'nin Doğu Blok'u ülkelere yayın yapmak için titizle çalıştığı belirtilmektedir. Bu süreçte sekansta ÖAR'nin radyo yayınlarının nasıl yapıldığına yönelik kapsamlı görüntülere yer verilmektedir.



Resim 3. "Özgür Avrupa Radyosu" Konulu Sekans

Üçüncü sekans itibariyle, kısa filmde ÖAR'e vurgu yapılmaya başlanmaktadır. Bu sekanda, Sovyetler Birliği'nin manipülasyon oluşturduğu iddia edilen radyo yayınlarına karşı ÖAR'nin gerçekleri yansıtan bir alternatif haber kaynağı olduğu algısı oluşturulmaktadır. Bu açıdan sekanda "ÖAR, Doğu Blok'u ülkelere yalnızca gerçekleri aktarmaktadır" şeklinde mitin meydana getirilmeye çalışıldığı görülmektedir. Meydana getirilen bu mit üzerinden ÖAR'nin yayınlarının kitleler tarafından kabul görmesi ve desteklenmesi amaçlanmaktadır. Batı Blok'unu temsilen ÖAR, hürriyet, Sovyetler Birliği'ni temsilen de Sovyetler Birliği radyoları baskı kavramları ile somutlanmaktadır. Diğer yandan sekanda ÖAR'nin Doğu Blok'u ülkelere farklı dillerde yayın gerçekleştirerek, etkili bir haber kaynağı olduğuna yönelik algı oluşturulmak istenmektedir. ÖAR'nin yayın istasyonlarına ve ekibine görüntülerde yer verilerek, ÖAR'nin Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarına karşı gelebilecek güce sahip olduğuna yönelik mesajlar da verilmeye çalışılmaktadır. Bu nedenle ÖAR'nin çalışmalarının başarıya ulaşabileceğine yönelik kitleler ikna edilerek, ÖAR'i desteklemeleri amaçlanmaktadır.

Tablo 3. "Özgür Avrupa Radyosu" Konulu Sekans

Somut Kavramlar	
Batı Blok'u	Sovyetler Birliği
ÖAR	Sovyetler Birliği Radyoları
Soyut Kavramlar	
Hürriyet	Baskı

Sekans incelendiğinde, ÖAR'nin Doğu Blok'u ülkelere yönelik ne kadar kapsamlı yayın yaptığını ortaya koyma çabası içerisine girdiği görülmektedir. ÖAR'nin radyo yayınlarının profesyonel bir şekilde kitlelere aktarıldığı algısı oluşturularak, kitlelerin ÖAR'ye verdikleri desteğin başarılı bir şekilde karşılığı olduğu vurgulanmaya çalışılmaktadır. Bu yolla kitlelerin ÖAR'i desteklemelerinin teşvik edilmesinin amaçlandığı görülmektedir.

"Doğu Blok'u Halkları" Konulu Sekans

"Doğu Blok'u Halkları" konulu sekansta ÖAR'nin radyo yayınlarının doğrudan Doğu Blok'u ülkelerine nasıl ulaştığı aktarılmaktadır. ÖAR'nin radyo yayınlarının Doğu Blok'u ülkelerindeki halklar tarafından dinlenmekte olduğu yönünde bilgi verilmektedir. Sovyetler Birliği'nin gerçekleri sakladığına yönelik sert bir eleştiride bulunmaktadır. Diğer yandan Sovyetler Birliği'nin ÖAR'nin yayınlarını engellemeye yönelik çalışmalar yürüttüğü belirtilmektedir. Buna karşın ÖAR'nin yayınlarının güçlü olduğundan dolayı, yayınların çoğunun Doğu Blok'unda yaşayan halklara ulaştığına yönelik bilgi verilmektedir. Bu aşamada sekansta Doğu Blok'u halklarının ÖAR'i dinlemekte olduğunu aktaran görüntülere yer verilmektedir.



Resim 4. "Doğu Blok'u Halkları" Konulu Sekans

Sekansta, Doğu Blok'u ülkelerindeki halkların ÖAR'nin yayınlarını dinlendiğine yönelik algı oluşturulmasının hedeflendiği görülmektedir. Sekans üzerinden "Sovyetler Birliği, ÖAR'nin yayınlarını engellemeye çalışmaktadır" şeklinde mit inşa edilmektedir. İnşa edilen mit üzerinden ÖAR'nin radyo yayınları süresince uğradığı güçlükler vurgu yapılması amaçlanmaktadır. Sovyetler Birliği'nin ÖAR'nin yayınlarının engellediği düşüncesi üzerinden de ÖAR'nin Sovyetler Birliği için ciddi bir tehdit olarak belirdiğine yönelik algı oluşturulmaya çalışılmaktadır. Bu süreçte Batı Blok'unu temsilen ÖAR, güç ve gerçeklik, Sovyetler Birliği ise çaresizlik ve yalan kavramları üzerinden somutlanmaktadır. ÖAR'nin radyo yayınlarının Doğu Blok'u ülkelerine ulaşip ulaşmadığı, ulaştıysa ne kadar etkili olduğu şeklinde soruların sekansta yanıtlanması amaçlanmaktadır. Bu şekilde kitleler ÖAR'nin radyo yayınlarının başarılı olduğuna inandırılarak, kitlelerin ilerleyen dönemler için ÖAR'e yardım etmesi hedeflenmektedir.

Tablo 4. "Doğu Blok'u Halkları" Konulu Sekans

Somut Kavramlar	
ÖAR	Sovyetler Birliği
Batı Blok'u	Demir Perde
Soyut Kavramlar	
Güç	Çaresizlik
Gerçek	Yalan

Sekansın analizi sonucunda ÖAR'nin radyo yayınlarının Doğu Blok'u ülkelerinde yoğun şekilde dinlendiğine yönelik algının oluşturulduğu görülmektedir. Bu şekilde ÖAR'nin Doğu Blok'u ülkelerini etkisi altına aldığına yönelik mesaj verilerek, kamuoyunda ÖAR'nin kuruluş amacına ulaştığı vurgulanmaktadır. Bu şekilde ÖAR'nin çalışmalarını aynı etkide sürdürebilmesi için kitlelerin ÖAR'i desteklemeleri gerektiği mesajı verilmektedir.

"Eğlence Yayınları" Konulu Sekans

"Eğlence Yayınları" konulu sekansta ÖAR'nin yalnızca bilgi verme içeriğinin olmadığı, pek çok farklı konu ve içerikte de radyo yayını yapıldığı aktarılmaktadır. Bu radyo yayınları içerisinde eğlence, müzik ve tiyatro yayınlarının da olduğu belirtilmektedir. Doğu Blok'u halklarının, riskli olmasına karşın bu programları takip ettiği aktarılmaktadır. Doğu Blok'u halklarının ÖAR'e güven ve saygı duyduğu iddia edilmektedir. Bu aşamada ÖAR tarafından gerçekleştirilen müzik programının görüntülerine yer verilmektedir.

**Resim 5. "Eğlence Yayınları" Konulu Sekans**

Sekansta, ÖAR'nin yalnızca Doğu Blok'u ülkelerine haber iletmediği, bunun yanında farklı programlar türleri ile Doğu Blok'unda yaşayan insanlara yayın yaptığı aktarılmaktadır. Bu yolla "ÖAR, Doğu Blok'u ülkeleri için tercih edilen bir yayındır" mitinin güçlendirilmesi amaçlanmaktadır. Diğer yandan ÖAR'nin Doğu Blok'unda yaşayan halklar nezdinde güven ve saygınlık kazandığına yönelik bir oluşturulması hedeflenmektedir. Nitekim Doğu Blok'unda yaşayan halkların risk taşımasına karşı ÖAR'nin yayınlarını dinlemesi, ÖAR'nin yayınlarının tercih edildiğinin ve verdiği bilgilerin doğruluğuna inanıldığı algısını oluşturmaktadır. Bu süreçte ÖAR, radyo yayınlarının Doğu Blok'u ülkelerinde amacına ulaştığını aktarmaya çalışmaktadır. ÖAR yayınları üzerinden bağımsızlık, Sovyetler Birliği radyoları da yayınları

üzerinden bağımlılık kavramları ile somutlanmaktadır. Sekansta verilen mesajlarda, Doğu Blok'u ülkelerinde yaşayan insanlara Sovyetler Birliği'nin radyo yayınları üzerinden belirli gerçekliklerin dayatıldığı, buna karşın ÖAR'nin radyo yayınlarının bu dayatılan sözde gerçekliklere karşı önemli bir alternatif teşkil ettiği bildirilmektedir.

Tablo 5. "Eğlence Yayınları" Konulu Sekans

Somut Kavramlar	
ÖAR	Sovyetler Birliği Radyoları
Soyut Kavramlar	
Bağımsızlık	Bağımlılık

Sekans analizinde, ÖAR'nin Doğu Blok'u halklarını yalnızca haber programları ile etkisi altına almadığı, bunun yanında eğlence programlarına da yer vererek geniş kitlelere hitap etmeye çalıştığı ortaya çıkmaktadır. Bu şekilde ÖAR'nin Doğu Blok'u ülkelerine her yönüyle hitap eden bir radyo yayıncılığı yaptığı aktarılmaya çalışılmaktadır.

"Dinleyici Mektupları" Konulu Sekans

"Dinleyici Mektupları" konulu sekansta ABD'li spiker Walter Cronkite konuşmasına yer verilmektedir. Cronkite konuşmasında, Sovyetler Birliği'nin ÖAR'nin yayınlarının gücünün farkında olduğu, buna karşın yayınlarını engelleyemediği üzerinde durmaktadır. Cronkite, Doğu Blok'u ülkelerinden gönderilen mektupları sekansta paylaşmaktadır. Bu mektuplar içerisinden ÖAR'nin umut olarak ortaya çıktığı, çağın en etkili silahının atom olmadığı aksine radyonun olduğu şeklinde mesajları okumaktadır. ÖAR'nin radyo yayınlarının Doğu Blok'u halkları tarafından desteklendiği aktarılmaktadır. Bu süreçte Doğu Blok'u ülkelerinden gelen mektupların görüntülerine yer verilmektedir.



Resim 6. "Dinleyici Mektupları" Konulu Sekans

Sekansta, ABD'li spiker Walter Cronkite konuşmasına yer verilmesi ile ÖAR'nin yayınlarının güvenilirliğinin artırılması amaçlanmaktadır. Nitekim Cronkite, ABD kamuoyunda "Amerika'nın en güvenilir adamı" olarak anılmaktaydı (CNN, 2012). Sekansta inşa edilen güven duygusu ile birlikte "ÖAR'nin yayınları Doğu Blok'undaki halkları olumlu yönde etkilemektedir" mitinin oluşturulması amaçlanmaktadır. Cronkite'nin sekansta Sovyetler Birliği karşıtı söylemleri ve ÖAR'i öven açıklamaları, ÖAR'nin radyo yayınlarının kamuoyundan destek görmesini sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Cronkite üzerinden ÖAR güven ve gerçek, Sovyetler Birliği ve Sovyetler Birliği radyoları ise güvensizlik ve yalan kavramları üzerinden somutlanmaktadır. Diğer yandan Cronkite'nin Doğu Blok'u ülkelerinden gelen mektuplarda, ÖAR'i öven açıklamaları okuması ile ÖAR'nin güvenilirliğinin daha da artırılması amaçlanmaktadır. Mektupları okuyan kişinin Cronkite olması ile mektupların gerçekliği konusundaki soruların aşılması hedeflenmektedir.

Tablo 6. "Dinleyici Mektupları" Konulu Sekans

Somut Kavramlar	
ÖAR	Sovyetler Birliği
Walter Cronkite	Sovyetler Birliği Radyoları
Soyut Kavramlar	
Güven	Güvensizlik
Gerçek	Yalan

Sekansın analizi sonucunda ÖAR'nin kitleler nezdinde ihtiyaç duyduğu en önemli şeyin güven tesis etmek olduğu ortaya çıkmaktadır. ÖAR'nin güven tesis etme konusuna bu yönlü ağırlık vermesindeki temel nedenin ise kitlelerin verdiği desteğin sürdürülmesi olduğu söylenebilmektedir.

"Dinleyiciler" Konulu Sekans

"Dinleyiciler" konulu sekansta Doğu Blok'u ülkelerinden kaçan beş kişinin röportajına yer verilmektedir. Doğu Blok'u ülkelerinden gelen kişiler, buldukları ülkede ÖAR'i dinlediklerini aktarmakta ve ÖAR'nin önemine vurgu yapmaktadırlar. ÖAR'nin verdiği bilgiler ile komünizm altında verilen bilgileri karşılaştırdıklarını ve doğru bilgiye ulaştıklarını belirtmektedirler. Diğer yandan buldukları ülkede ÖAR'i dinlemenin ne kadar tehlikeli olduğundan bahsetmektedirler. Bu nedenle ÖAR'nin gizli dinlendiğini, ÖAR'i dinleyen kişilerinde dinlediklerini daha sonra yakınlarına anlattıklarını aktarmaktadırlar. Bu aşamada sekansta doğrudan röportaj yapılan kişilerin görüntülerine yer verilmektedir.



Resim 7. "Dinleyiciler" Konulu Sekans

Sekansta, ÖAR'nin yayınlarının güvenilirliğinin ve etkisinin ortaya konabilmesi adına bu sefer de Doğu Bloğu'ndan kaçarak Batı Bloğu'na sığınan kişilerden görüş alınmıştır. Bu şekilde sekansta "ÖAR'nin radyo yayınları Doğu Blok'u ülkelerindeki halklara gerçekleri aktaran yayınlar yapmaktadır" şeklinde mit oluşturulmaktadır. Röportaj sırasında kişilerin Doğu Blok'unda ÖAR'nin yayınlarını dinlendiğini bildirmesi ve ÖAR'nin yayınlarının önemi üzerinde durması, ÖAR'nin kamuoyunda imajının olumlu yönde güçlenmesine katkı sağlamaktadır. Diğer yandan Sovyetler Birliği'nin ÖAR'nin yayınlarının dinlenmesini önlemeye çalışması da Sovyetler Birliği'ne yönelik olumsuz bir algının güçlenmesine neden olmaktadır. Bu aşamada sekansta ÖAR, özgürlük ve gerçek, Sovyetler Birliği ve Sovyetler Birliği radyoları ise baskı ve yalan kavramları üzerinden somutlanmaktadır. Bu şekilde ÖAR, Doğu Blok'u halklarının özgürlüğünü sağlayan bir kurum olarak kamuoyuna sunulmaya çalışılmaktadır.

Tablo 7. "Dinleyiciler" Konulu Sekans

Somut Kavramlar	
ABD	Sovyetler Birliği
ÖAR	Sovyetler Birliği Radyoları
Soyut Kavramlar	
Özgürlük	Baskı
Gerçek	Yalan

Sekans analizinde, ÖAR'nin Doğu Blok'u ülkeleri tarafından dinlendiğini ispatlamaya çalıştığı ortaya çıkmaktadır. Bu amaçla yapılan röportajlar üzerinden bire bir gerçek örnekler yoluyla ÖAR'nin amacına ulaştığı mesajı verilmektedir. Bu şekilde diğer sekanslarda olduğu gibi kitleler nezdinde desteğin devamının sağlanmasına çalışıldığından söz edilebilmektedir.

"ABD Başkanı'nın Açıklaması" Konulu Sekans

"ABD Başkanı'nın Açıklaması" konulu sekansta dönemin ABD başkanı Dwight David Eisenhower'ın ÖAR'i destekleyen konuşmalarına yer verilmektedir. Sekansta Eisenhower, ÖAR'nin amaçları ile kendi amaçlarının ortak olduğunu belirtmektedir. Eisenhower konuşmasında ÖAR'nin radyo yayınlarının önemini vurgulamaktadır. Diğer yandan Eisenhower, ABD halkının ve demir perdenin arkasında yaşayan ABD destekçilerinin ÖAR'nin yayınlarına güvenmesi gerektiğini belirtmektedir. Son olarak Eisenhower, ÖAR'nin radyo yayınları ile insanları barış ve özgürlüğe ulaşılabileceklerini aktarmaktadır. Bu aşamada sekansta doğrudan Eisenhower'ın görüntülerine yer verilmektedir.



Resim 8. "ABD Başkanı'nın Açıklaması" Konulu Sekans

Sekansta ABD başkanı Eisenhower'ın konuşmasına yer verilerek, ABD yönetiminin doğrudan ÖAR'nin çalışmalarına destek verdiğine yönelik algı oluşturulması amaçlanmaktadır. Oluşturulan algı üzerinden "ÖAR'nin amaçları ile ABD'nin hedefleri birbirleri ile uyumludur" şeklindeki mit oluşturulmaktadır. Böylece ÖAR'nin faaliyetleri ile ülkenin çıkarlarının ters gitmediği, aksine ÖAR'nin ülkenin çıkarlarına hizmet ettiğine yönelik mesaj verilmesi amaçlanmaktadır. Böylece ÖAR'nin çalışmalarında resmiyet sorununun ABD başkanının açıklaması ile kısmen de olsa aşılması hedeflenmektedir. Bu süreçte ABD başkanının açıklaması ile ÖAR, güven ve barış, Sovyetler Birliği ve Sovyetler Birliği radyoları ise güvensizlik ve savaş kavramları ile somutlanmaktadır. ÖAR'nin faaliyetlerinin barış ve özgürlüğe hizmet edeceğinin açıklanması ile kamuoyunun ÖAR'e yönelik desteğinin güçlenmesi amaçlanmaktadır.

Tablo 8. "ABD Başkanı'nın Açıklaması" Konulu Sekans

Somut Kavramlar	
ABD Başkanı	Sovyetler Birliği
ÖAR	Sovyetler Birliği Radyoları
Soyut Kavramlar	
Güven	Güvensizlik
Barış	Savaş

Çalışmanın son sekansında, ÖAR'nin dönemin ABD başkanının sözlerine yer vermesi, ÖAR'nin meşruluğunu ortaya koyma çabası içinde olduğunu göstermektedir. ÖAR'nin meşruluğu ortaya konularak, ÖAR'nin, kim tarafından ve ne amaç için kullanıldığına yönelik oluşabilecek soruların ortadan kaldırılmasına çalışıldığı söylenebilmektedir.

Sonuç

Çalışma kapsamında incelenen *Gerçekliğin Kuleleri* adlı kısa filmde ÖAR'nin Sovyetler Birliği yönetimine ve Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarına karşı kapsamlı bir propaganda faaliyeti yürüttüğü ortaya çıkarılmıştır. Filmde ilk iki sekansında Sovyetler Birliği'nin Doğu Blok'u üzerinde sıkı bir tahakküm kurduğu ve radyo yayınları üzerinde de kitlelerin beyinlerinin yıkandığı iddia edilmektedir. Bu aşamada kamuoyunda film üzerinden Sovyetler Birliği'ne yönelik nefret söylemi oluşturulmaya çalışılmaktadır. Sovyetler Birliği'nin gerek Doğu Blok'u gerekse dünya geneli için tehdit oluşturduğu belirtilmekte ve Sovyetler Birliği'nin yol açtığı tehdidin ortadan kaldırılması gerektiğine vurgu yapılmaktadır. İlerleyen sekanslarda ise ÖAR'nin radyo yayınları gerek Doğu Blok'u gerekse dünya için bir kurtarıcı olarak sunulmaya çalışılmıştır. Bu süreçte kısa film ikili karşıtlıklar üzerinden incelendiğinde ABD yönetimi liderliğindeki Batı Blok'u ülkelerinin özgürlük, demokrasi ve barış, Sovyetler Birliği'nin ise esaret, baskı ve savaş soyut kavramları üzerinden somutlandığı ortaya çıkarılmıştır. Kısa filmde ÖAR'nin radyo yayınları için kamuoyundan destek alabilmek adına Sovyetler Birliği'ni tehlike ve düşman olarak ötekileştirildiği saptanmıştır.

Filmde diğer yandan kitlelerin desteğinin alınabilmesi için ÖAR'nin Doğu Blok'u halkları tarafından dinlendiğine yönelik algı oluşturulmaya çalışılmıştır. Bu amaçla ÖAR'e Doğu Blok'u ülkelerindeki halklar tarafından gönderilen övgü dolu mektuplara ve Doğu Blok'undan kaçarak Batı Blok'una sığınan kişilerin yine övgü dolu röportajlarına yer verilmiştir. ÖAR, güçlü bir kuruluş olduğunu kitlelere kanıtlayabilmek için de ÖAR'nin yayın sürecine ait görüntüleri filmde yansıtmıştır. Son olarak ÖAR'nin ABD yönetimi tarafından desteklendiğini kanıtlamak amacıyla da dönemin ABD başkanı Eisenhower'ın ÖAR'i öven konuşmaları filmde kitlelere aktarılmıştır. Filmde radyo yayınları üzerinden oluşturulan ikili karşıtlık ise ÖAR ve Sovyetler Birliği'nin radyoları arasında gerçekleştirilmiştir. Filmde ÖAR'nin radyo yayınları, gerçeklik, güven ve tarafsızlık gibi olumlu, Sovyet radyo yayınlarının ise yalan, şüphe ve manipülasyon gibi olumsuz soyut kavramlar üzerinden somutlandığı ortaya çıkarılmıştır. Bu şekilde ÖAR, Doğu Blok'u halklarının Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarını dinlememesini, dinledikleri yayınlara da şüphe ile yaklaşmasını telkin etmiştir. Filmde ÖAR, kendisini yalnızca gerçekleri aktaran bir yayın kuruluşu olarak sunmuş ve kitlelerin gerçek bilgiye ulaşmak için ÖAR'i dinlemesi gerektiğini aktarmıştır.

Kitlelerin ÖAR'e desteğini arttırmak amacıyla hazırlanan propaganda filmde genel olarak ÖAR'nin radyo yayınlarının yüceltildiği ve Sovyetler Birliği'nin radyo yayınlarının ise sert şekilde eleştirildiği ortaya çıkmıştır. Filmin çekildiği 1950'li yıllar, Soğuk Savaş'ın en şiddetli yaşandığı dönemlerden birini oluşturmaktadır. Bu aşamada propaganda filminde, ABD kamuoyunda Sovyetler Birliği'ne yönelik meydana gelen nefretin doğrudan yansıtıldığı görülmektedir. ÖAR'nin kısa film propagandasında kendisini tanıtmalarının, radyo yayınlarının

Doğu Blok'u ülkelerinde ne şekilde dinlendiğini aktarmasının, kitleler tarafından desteğinin sürmesinde önemli rol oynadığı söylenebilmektedir. Özellikle çalışmada kısa film üzerinden ÖAR'nin radyo yayınlarında Sovyetler Birliği ve Komünizm ideolojisinin, Doğu Blok'u ülkelere ne şekilde aktarıldığının gösterilmesi radyonun propaganda rolünün sunumu bakımından önem taşımaktadır. Bu şekilde ÖAR, radyo yayınlarının Doğu Blok'u ülkelerinde daha etkili bir şekilde sunulabilmesi için kitlelerden destek istemiştir.

Çalışmada elde edilen bulguların, Soğuk Savaş dönemindeki ideolojik söylemlerin Batı Blok'unun radyo yayınlarına yansımaları ortaya koyması bakımından önem taşımaktadır. Diğer yandan Soğuk Savaş döneminde Batı ve Doğu Blok'u arasında yaşanan rekabetin radyo kanalıyla kitlelere sunumunun açıklanması da Soğuk Savaş dönemindeki radyo yayıncılığı bağlamında literatüre katkı sağlamaktadır. Bu şekilde bulgular üzerinden Batı Blok'unun radyo yayınlarının, Doğu Blok'una ne tür propaganda mesajlarını verdiği ve Doğu Blok'undaki insanlar tarafından dinlenebilmesi için ne tür çalışmalar yaptığı çalışma kapsamında ortaya konulmuştur.

Çalışmada ÖAR tarafından hazırlanan *Gerçekliğin Kuleleri* adlı kısa film üzerinden Batı ve Doğu Blok'unun arasında radyo yayınları üzerinden gerçekleştirilen mücadeleye ışık tutulmaya çalışılmıştır. Elde edilen bulgularda, filmde oluşturulan ikili karşıtlıklar üzerinden Doğu Blok'u halklarının ÖAR'nin radyo yayınlarını dinlemesine teşvik edilmeye çalışıldığı ortaya çıkmaktadır. Çalışma, Batı Blok'u açısından Soğuk Savaş döneminde radyonun kitleler üzerindeki rolünü yansıtmaları bakımından önem taşımaktadır. Gelecek çalışmaların ise Doğu Blok'unun Batı Blok'u ülkelerinin radyo yayınlarını ne şekilde konumlandırıldığını, mevcut çalışmada elde edilen bulgular ile karşılaştırmalı olarak incelemesinin alana katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- CNN (2012). "The Most Trusted Man in America", <http://edition.cnn.com/2012/06/05/opinion/brinkley-walter-cronkite/index.html>, Erişim Tarihi: 28.10.2019.
- Cone, S. (1999). Presuming a Right to Deceive: Radio Free Europe, Radio Liberty, the CIA, and the News Media. *Journalism History*, 24(4), 148-156.
- Craciun, C. (2009). Monica Lovinescu at Radio Free Europe. J. Neubauer & BZ Török.(Éds.). *The Exile and Return of Writers from East-Central Europe*, 276-306.
- Cummings, R. H. (2008). The Ether War: Hostile Intelligence Activities Directed against Radio Free Europe, Radio Liberty, and the Émigré Community in Munich during the Cold War. *Journal of Transatlantic Studies*, 6(2), 168-182.
- Cummings, R. H. (2014). *Radio Free Europe's "Crusade for Freedom": Rallying Americans Behind Cold War Broadcasting, 1950-1960*. The United States: McFarland.

- Çalışkan, S. (2020). İkinci Dünya Savaşı'nda Japon Radyo Propagandasına Yönelik ABD Karşı Propagandası: "Tokyo Woes" Çizgi Filmi Üzerine İnceleme. *TRT Akademi*, 5(9), 182-203.
- Çetin, M., Çakı, C. & Gazi, M. A. (2018). The Examination of The Anti-USA Propaganda Posters in The Iran Revolution According to Claude Lévi-Strauss' Binary Opposition. *International Journal of Social Science*, 1(3), 31-51.
- Deery, P. (2001). Covert Propaganda and the Cold War Britain and Australia 1948-1955. *The Round Table*, 90(361), 607-621.
- Feinberg, M. (2013). Fantastic Truths, Compelling Lies: Radio Free Europe and the Response to the Slánský Trial in Czechoslovakia. *Contemporary European History*, 22(1), 107-125.
- Fiske, J. (2017). *İletişim Çalışmalarına Giriş*. (S. İrvan, Çev.), 5. Basım. Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.
- Forbes Jr, M. S., Raghavan, S. V., Johnson, S. S., & Bahrenburg, K. K. (1993). Sending Cross-Border Static: On the Fate of Radio Free Europe and the Influence of International Broadcasting. *Journal of International Affairs*, 73-87.
- Gazi, M. A., Çakı, C., & Gülada, M. O. (2018). İkinci Dünya Savaşı'nda Sovyet Kült Lider Propagandasında Vladimir Lenin Ve Joseph Stalin'in Sunumu. *Dördüncü Kuvvet Uluslararası Hakemli Dergi*, 1(2), 25-42.
- Granville, J. (2004). Radio Free Europe's Impact on the Kremlin in the Hungarian Crisis of 1956: Three Hypotheses. *Canadian Journal of History*, 39(3), 515-546.
- Granville, J. (2004). Radio Free Europe and International Decision-Making during the Hungarian Crisis of 1956. *Historical Journal of Film, Radio and Television*, 24(4), 589-611.
- Granville, J. (2005). "Caught with Jam on Our Fingers": Radio Free Europe and the Hungarian Revolution of 1956. *Diplomatic History*, 29(5), 811-839.
- Hagen, T. (2013). *Calling Out to Tune In: Radio Free Europe in Czechoslovakia. In Airy Curtains in the European Ether (pp. 123-148)*. Germany: Nomos Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG.
- Hall, D. (2013). *Pope John Paul II, Radio Free Europe, and Faith Diplomacy. In Religion and Public Diplomacy (pp. 27-56)*. New York: Palgrave Macmillan.
- Johnson, A. R. (1967). Franco-Polish Relations: Radio Free Europe 26 September 1967. *Survival*, 9(12), 387-392.

- Johnson, A. R. (2010). *Radio Free Europe and Radio Liberty: The CIA Years and Beyond*. Washington: Woodrow Wilson Center Press.
- Kasprzak, M. (2004). Radio Free Europe and the Catholic Church in Poland During the 1950s and 1960s. *Canadian Slavonic Papers*, 46(3-4), 315-341.
- Kisatsky, D. (1999). Voice of America and Iran, 1949–1953: US Liberal Developmentalism, Propaganda and the Cold War. *Intelligence and National Security*, 14(3), 160-185.
- Komska, Y. (2015). Sight Radio: Radio Free Europe on Screen, 1951–1965. *Voices of Freedom—Western Interference*, 60, 57, 1-22.
- Lévi-Strauss, C. (2013). *Mit ve Anlam*, (G. Y. Demir, Çev.), İstanbul: İthaki Yayınları.
- Lévi-Strauss, C. (2014). *Modern Dünyanın Sorunları Karşısında Antropoloji*, (A. Terzi, Çev.), İstanbul: Metis Yayınları.
- Lévi-Strauss, C. (2016). *Irk, Tarih ve Kültür*, (H. Bayrı, R. Erdem, A. Oyacıoğlu, I. Ergüden, Çev.), 7. Basım, İstanbul: Metis Yayınları.
- Lévi-Strauss, C. (2017). *Hepimiz Yamyamız*, (H. Bayrı, Çev.), 2. Basım, İstanbul: Metis Yayınları.
- Lévi-Strauss, C. (2018). *Yaban Düşünce*, (T. Yücel, Çev.), İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Macrea-Toma, I. (2017). The Eyes of Radio Free Europe: Regimes of Visibility in the Cold War Archives. *East Central Europe*, 44(1), 99-127.
- Mastny, V. (2019). *Soviet-East European Survey, 1986-1987: Selected Research and Analysis from Radio Free Europe/Radio Liberty*. The United Kingdom: Routledge.
- Michie, A. A. (1963). *Voices Through the Iron Curtain: The Radio Free Europe Story (No. 316.77)*. New York: Dodd, Mead.
- Mickelson, S. (1983). *America's Other Voice: The Story of Radio Free Europe and Radio Liberty*. The United States: Praeger Publishers.
- PeriscopeFilm (2019). "Gerçekliğin Kuleleri Kısa Filmi", [https:// www. youtube. com/ watch?v=ohg64olBgH8](https://www.youtube.com/watch?v=ohg64olBgH8), Erişim Tarihi: 29.10.2019.
- Puddington, A. (2000). *Broadcasting Freedom: the Cold War Triumph of Radio Free Europe and Radio Liberty*. The United States: University Press of Kentucky.
- Rider, T. C. (2015). Filling the Information Gap: Radio Free Europe–Radio Liberty and the Politics of Accreditation at the 1984 Los Angeles Olympic Games. *The International Journal of the History of Sport*, 32(1), 37-52.

- Rifat, M. (2013). *Açıklamalı Göstergibilim Sözlüğü: Kavramlar, Yöntemler, Kuramcılar, Okullar*. İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Risso, L. (2013). Radio Wars: Broadcasting in the Cold War. *Cold War History*, 13(2), 145-152.
- Schwalbe, C. B. (2005). Jacqueline Kennedy and Cold War Propaganda. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 49(1), 111-127.
- Tanyeri Mazıcı, E., & Çakı, C. (2018). Adolf Hitler'in Korku Çekiciliği Bağlamında Kamu Spotu Reklamlarında Kullanımı. *Erciyes İletişim Dergisi*, 5(3), 290-306.
- Trapans, J. A. (1988). The Baltic States and Western Radio Broadcasts: The Role and Estimated Impact of Radio Free Europe. *Journal of Baltic Studies*, 19(2), 93-100.
- Urban, G. R. (1997). *Radio Free Europe and the Pursuit of Democracy: My War within the Cold War*. The United States: Yale University Press.
- Webb, A. (2013). Cold War Radio and the Hungarian Uprising, 1956. *Cold War History*, 13(2), 221-238.
- Zawodny, J. K. (1986). The Polish Section of Radio Free Europe, 1952-56: War for The Minds of Men. *The Polish Review*, 31, 4, 317-321.

**Günümüzde Şiddetin Medya Aracılığıyla Pazarlanması ve Ürünlerin
Sanatsal Şiddete Dönüşerek Estetikleşmesi**

**Today's Marketing of Violence Through Media and Aestheticization of the Products
Through Turning to Artistic Violence**

*Arzu Çevikalp**

Başvuru Tarihi: 05.01.2020
Kabul Tarihi: 12.02.2020

Özet

Bu makale, geçmişten günümüze kadar hayatımızda çok ciddi bir rol oynayan şiddetin medya aracılığıyla pazarlanışını ortaya koyarak, filmlerin ve dizilerin bunu bir sanatsal araç haline dönüştürmesini ele alır. Sanatın içine giren şiddet toplumun sosyo-kültürel ve ekonomik problemlerinin bir tezahürü olarak yansırken, psikolojik anlamda beyne subliminal mesaj göndererek komuta zincirini harekete geçirmektedir. İktidarı toplum anlayışının bir dışavurumu olarak gösterebileceğimiz şiddet kitle medya araçlarından beslenerek iki uçlu bir diyalektiği güçlendirmektedir ki, bu çoğu zaman bir propagandaya dönüşür. Medyanın en güçlü araçlarından biri olan filmlerin ve dizilerin topluma kendi gerçekliğini dikte etmesi de kaçınılmaz olmuştur.

Anahtar Kelimeler: Şiddet, Sanatsal Şiddet, Şiddetin Pazarlanması, Estetik, Medya

Abstract

This article focuses on the media marketing of violence, which has played a very important role in our lives from past to present, and how films and TV series become an artistic tool. While the violence that comes into art is reflected as a manifestation of socio-cultural and economic problems of the society, it activates the chain of command by sending a subliminal message to the brain in a psychological sense. Violence, which can be seen as an expression of the power of society, strengthens a two-pronged inequality by feeding on mass media, which often turns into propaganda. It is inevitable that films and serials, one of the most powerful tools of the media, dictate their reality to society.

Keywords: Violence, Artistic Violence, Reproduction of Violence, Aesthetization, Media

* Arzu Çevikalp, arzucevikalp@gmail.com, ORCID: xxxx xxxx

Giriş

Türkçe'ye Arapça şiddet kökünden gelen şiddet, bireysel çatışmalarla, savaşlarla, toprak kavgalarıyla, fikir ayrılıklarıyla kin ve nefretin toplumda dayatılmasıyla karşımıza çıkar. Şiddet ile ilgili ana kavramların tanımlamalarını yapmakta fayda var. Şiddetin, İngilizce ve Latince tanımlamaları ve alt başlıklarını şöyle sınıflandırabiliriz

Saldırganlık (Aggression): Hâkim olma, yenmek, yönetmen amacı ile güçlü şiddetli, etkili bir hareket, fiil, işlem; bir işi bozma, engelleme, boşa çıkarmaya karşı düşmanca, yaralayıcı, hırpalayıcı veya tahrip edici (*yıkıcı, yok edici*) amaç taşıyan bir davranış. Şiddet ve terör saldırganlığın çeşit ve dereceleridir.

Şiddet (Violence-Violare): İnsanlarda şiddet kullanma, kanuna ayıkmamak, kişiye zarar vermek, hakaret etmek, onurunu kırmak, sükûnet ve huzura son vermek; birinin hakkını çiğnemek, hırpalamak, incitmek, canını acıtmak için zor kullanmak; yıkıcı aşırı davranışlarda bulunmak, aşırı derecede öfke ifade etmek şekillerinde kendini gösteren davranışlar.

Terör (Terror): Dehşet, aşırı korku-dehşet saçma ve bu amaçla yaralama, yıkma ve öldürme davranışları. Terörde, heyecanlandırmak, şaşkınlık yaratmak yoluyla aşırı korku ve dehşet uyandırmak, cezalandırmak ve yıldırım söz konusudur. Terörde kokuyu kısa aralıklara yayarak kişide ve kitlelerde acil bir ölüm kalım güdülemesi yaratacak belli bir hedefe yönelmek amacı vardır.

Assertiveness (Güçlü, atılgan, cesurca iddia ve beyan etmek ve öne sürmek): Bu olgu da bir çeşit saldırganlıktır. Amerika Psikiyatri Derneği'nin Sözlüğüne göre, assertiveness, kişiler arası ilişkilerde açık dürüst ve doğrudan, duygu ve düşünceleri ister olumlu ister olumsuz olsunlar, uygun bir şekilde ifade etmek, karşısından gelen duygulara ve fikirlere bu tarzda cevap vermek, tepki göstermektir." (Erten-Ardalı, 1996:143, 144).

Ancak, çoğu zaman şiddet, ya içgüdüsel ve bu nedenle toplumsallaşma sürecinde çok az değişen, ya da sadece ve sadece çevre etkenlerinden kaynaklanan bir davranış olarak görülür. (Moses, 1996:23).

Gerbner'e göre ise; "Şiddet meşru ve gerekli bir kültürel ifadedir ve yaşadığımız dünya şiddet dünyasıdır." (Gerbner, 2014: 341). Kuralların, yasaların ve kuramların nedeni ve sonucu şiddeti azaltarak kontrol altında tutmaktır, zira şiddet toplumun işleyiş biçimini bozmaktadır. Geçmişten bugüne kadar gelen şiddet, insanın en temel güdülerden birini ortaya çıkaran bir olgu olarak kökleşmiştir. Şiddet insanlık tarihini çerçeveyeleyen olaylar kadar eskidir. Mağara duvarlarına çizilen ilk resimlerde insanlar, av hikâyelerini görsel olarak çizmişlerdir. Dolayısıyla şiddet ile sanat girift bir ilişki içindedir.

Şiddet kültüre ve yaşantıya göre değişiklik gösteren bir karşı ataktır ve bir başka açımla aynı görüşte olmayanlara karşı kullanılan kava bir kuvvettir ve sözlü iletişim aracılığıyla bağ kurmadığını ön gören toplumlar şiddeti merkeze almışlardır. Diğer bir ifadeyle; toplumda sözlerin anlamını yitirdiği durumlarda öfke kontrol edilemeyerek şiddet gücünü ortaya koyarak varlığını gösterir. Kuramsal dilbilimin ve gösterge bilim kuramının önemli isimlerinden

Ferdinand de Saussure'un şiddet ve gösterge bilim arasındaki ilişkisi de şiddet açısından önemlidir.

Tarihsel bir süreç olarak ele aldığımız şiddetin birçok şekilde toplumu tahakküm altına aldığından söz edebiliriz. Tek tanrılı dinlerin kitaplarında Kabil'in Habil'i öldürdüğü yazmaktadır. Bu şiddetin başlangıcı olarak kabul edilebilir ya da yazının icat edilmediği zamanlarda tarım ve çiftçilik uygulayan göçebe insanlar yerleşik düzene geçmiş oluşları beraberinde şiddeti de getirmiştir. Barış ve huzurun hâkim olduğu köylerde bile zaman içinde şiddet etkilerini göstermeye başlamıştır. Dünya kurulduğundan beri toplumsal düzene geçebilmek adına birçok dayatmalar uygulanmıştır ve bu dayatmalar erkliğin, iktidarın ve egemen olma hegemonyasının yükselmesiyle systemsizlik yaratmıştır. Toprak kavgalarını örnek gösterebiliriz.

Bütün bunlarla birlikte, Foucault'a göre, "17. Yüzyılın sonundan itibaren şiddet ağırlıklı suçlar giderek yerlerini mülkiyete karşı işlenen suçlara bırakmıştır. Ancak bu geçiş aslında karmaşık bir mekanizmanın bir parçasıdır. Bu mekanizma 'maddi üretimin gelişmesini, servetin artmasını, mülkiyet ilişkilerine daha yüksek bir hukuksal ve ahlaki değer verilmesini, daha titiz gözetim yöntemlerini ve daha etkili istihbarat edinme tekniklerini' içerir; yasadışı pratiklerde meydana gelen değişim, cezalandırma pratiklerindeki bir yaygınlaşma ve titizliğin karşılığıdır." (Keskin, 1996:119).

Kapitalist ilişkilerin gelişmesine paralel olarak suç ve suçun tanımı, ahlaki ve hukuksal olarak genişlerken hem nicelik hem de niteliksel olarak bir değişim/gelişime uğrayacaktır. "İşte modern 'ruh', 'birey ve 'insan' kavramları da Foucault'a göre, iktidarın insan bedenini kuşatma biçiminde meydana gelen bu değişikliğin bir ürünüdür. Batı toplumunda beden bir iktidar ilişkileri ağında yer alır; çünkü, üretim biçimi gereği bedenin emek gücüne dönüştürülmesi ve üretim gücü olarak kullanılması gerekir. Bunun için gereken itaatkarlık, bedenin sözünü ettiğimiz yeni disiplinli iktidar tarafından kuşatılmasıyla elde edilir." (Keskin, 1996: 211).

En önemli kuramcılardan biri olan Walter Benjamin şiddet ve ahlak arasındaki ilişkinin hukuk ve adalet tarafından çizildiğini ön görmüştür. Pierre Bourdieu ise egemen sınıfların çıkarlarını meşru duruma getirmek için simgesel şiddet stratejilerinin kullanıldığını öne sürmüştür. Karl Marx, Emile Durkheim, Max Weber, Levi-Strauss, Ferdinand de Saussure, Jean-Paul Sartre gibi düşünürlerin izinden giden Bourdieu simgesel şiddetin bireyler üzerinde hegemonya kurmada önemli bir meşru bir araç olarak etkili olduğunu göstermiştir. Bu simgesel şiddet kavramı medyada kendine geniş bir yer bulmuştur. Hükmeden ve hükmedilen arasındaki ilişkiye dikkatlice yaklaşmak gerekmektedir, zira şiddet yapısı gereği mekânın ideolojisini yansıtır ve oldukça sömürücüdür. Tüm bunları bir çerçeve içine aldığımızda, medyanın şiddetle olan bağı kaçınılmazdır. Hayatımızın içine giren şiddet medyaya sirayet etmiştir ki, bu da şiddetin medya aracılığıyla sanatsal bir araç haline gelişinin bir müsebbibidir.

"Şiddetle yönetilen sembolik dünyada yaşamının olumsuz etkileri, daha uzun dönemli olacaktır. Büyük çapta organize şiddet için hazırlık korku yeşertmeyi ve güce koşulsuz boyun eğmeyi gerektirir. Görsel sanatlarda şiddet iktidar gücünün teatral/dramatik gösterimidir; sosyal normlar ve ilişkiler hakkında hedefler ve araçlar hakkında, kazananlar ve kaybedenler hakkında, yaşamın riskleri ve toplumun kurallarının ihlali karşılığında ödenen bedel hakkında çok şey söyler." (Gerbner, 2014: 341).

Medya, Şiddet ve Polisiye Kültürü

Şiddetin toplumsallaşmasında kapitalizmin gelişim süreciyle birlikte kitle iletişim araçlarının, suç ve suçlularla ilgili yayınları önemli bir yer tutar. Ancak bununla birlikte kitle iletişim araçları aynı zamanda şiddetin ilk estetize edilerek kitlelere ulaşmasında da önemli rol oynamıştır. Buna en iyi örnek, Thomas De Quincey'in 1827'de çıkan *Güzel Sanatlardan Biri Olarak Sayılan Cinayet Üzerine* adlı kitabıdır. "De Quincey 1818 ve 1819 'da Westmoreland Gazetesi'nin editörü olmuş, sütunlarını cinayet ve cinayet davarıyla ilgili hikâyelerle doldurmuştu. 1827 tarihli denemesinde, gerçekte, 'amatörler ve meraklılar' arasında cinayetten zevk alınması ve dedektif romanları hakkında kafa patlatılmasını ısrar ederek böylece Edgar Allan Poe, Gaboriau ve Conan Doyle'ye yolu açtı. Ayrıca popüler gazetecilikle cinayet hakkında yazı yazmak arasında bağlantıyı kurdu ve bu yoldan Dickens, Poe, Conan Doyle ve Dashiell Hammet, E. Stanley Gardner ve öteki çağdaş yazalar gibi birçok polisiye roman yazarı geçti (Mandel, 1996:24-25).

1990'lı yıllar polisiye romanların gazetelerde neşredilmeye başlamasıyla ve suç hikâyelerinin ilgi görmesi şiddet hikâyelerinin alıcısı olduğunu ortaya çıkartır. 1800'lerin sonlarına doğru kapitalizmin geliştiği Avrupa ülkelerinde Romancelere alternatif bir yazın türü olarak polisiye alt kültür ürünü olarak gazetelerde yaygın bir biçimde neşredilmeye başlanır. Özellikle İngiliz Conan Doyle suç, gizem, şiddet ve zekâ oyunlarının iç içe geçtiği öyküler, romanlar yayınlar. Ancak onun alamet-i farikası olan dedektif Sherlock Holmes, dünya edebiyatında birçok yazarı etkileyen bir karakter olacaktır.

Doyle'in Sherlock Holmes'i, bireysel suç, örgütlü suç ve ajan hikâyelerinin pototipi bir dedektif olarak edebiyat literatüründe yerini alırken aynı zamanda modern edebiyata oyun ve bulmaca gibi kavramları getirecektir. Ernes Mahdel, *Hoş Cinayet* adlı kitabında polisiye olguların, şiddetin ve suçun kapitalist gelişmeyle birlikte niteliksel bir değişime uğradığının altını çizer.

Bununla birlikte, "popüler edebiyatta polisiye romanların artan yeri, burjuva sınıfın şu nesnel ihtiyacına karşılık düşmektedir: insanlığın 'biyolojik yazgısı', tutkuların yıkıcı şiddeti ve suçun kaçınılmazlığı konularında uyanan bilinci, mevcut toplum düzeninin savunusu ve mazur gösterilmesiyle uzlaştırmak. Özel mülkiyete karşı isyan bireyselleşir. Artık toplumsal olmayan güdülenişle, isyancı, bir hırsız ve katil haline gelir. Özel mülkiyete yönelik saldırıların kriminalleştirilmesi, bizzat bu saldırıları, özel mülkiyetin ideolojik desteklerine dönüştürülmeyi olanaklı kılar." (Mandel, 1996:27)

Şiddet, suç haberleri, hikâyeleri ve tefrika romanları büyük ilgi görür. Çünkü insanlar cinayet romanlarını zihinlerini geliştirmek ya da toplumun doğasını veya insanların içinde bulunduğu koşulları düşünüp taşınmak için değil, düpedüz dinlenmek için okurlar. "Öyle ki topluma eleştirel ve hatta devrimci biçimde yaklaşan okuyucuların, kendi görüşlerini değiştirmeksizin, dedektif romanlarından hoşlanması pekâlâ mümkündür. Ama okuyucu kitleleri, polisiye romanlar okuyarak toplumsal statükoyu değiştirme peşinde koşmaya yönelmeyeceklerdir; bu romanlar bireyle toplum arasındaki çatışmaları ortaya koysa da." (Mandel, 1996:28).

Bir yanıyla suç, şiddet, cinayet haz alınan, metalaşmış bir olgu olarak karşımızdadır. Post modern durum da bu hazzı ve tüketimi destekleyen bir anlayışa sahiptir. 1980'li yıllarla birlikte ABD başkanı Reagan ve İngiltere başbakanı Thatcher çizgisiyle anılan post modern dünya neo-liberal

ekonominin getirmiş olduğu kıstaslara bağlı olarak işlediğinde, dönem olarak, Post modernizm neo-liberalizme tekabül etmektedir. “Kitle kültürüne ait ‘ucuz eğlence’ gösterileri, eğlence sektörünü ele alırken, ‘tüketim kültürünün’ bir varoluş biçimi olduğunu gösteren Barbara Kruger’in ‘Tüketiyorum o halde varım’ sloganıyla gerçekleştirdiği eseri, Sylvie Fleury’nin lüks tüketimini tiye alan altından gerçekleştirdiği yerleştirmeleri veya lüks nesnelere hep bu dönemin kitle kültürünü ve tüketim toplumunu örneklerine ironik yaklaşımları sunmaktadır.” (Akay, 2010:10)

Post modernizmin tüketimle ilişkisinin sanata özellikle edebiyata ve sinemaya yansımaları ise çok gecikmeyecektir. Ancak, post modernizm ‘ucuz eğlence’ anlayışıyla birlikte modern sanat ürünlerini de ucuzlaştırma yöntemiyle birlikte şiddetli bir “ürün” olarak piyasaya sürecektir.

Modernizm, Post Modernizm ve Şiddet

Modernizm ve post modernizm tanımları bir “durum” olarak ifade edilir. Toplumsal ilişkilerin, üretim biçiminin, bilginin işleniş ve sahip olunma biçimi bu durumu niteleyen etkenler arasındadır. Ali Akay, post modernizmin ABC’si adlı kitabında Lyotard’ın Marksizm, ve Aydınlanma gibi insanlığın kurtuluşu üzerine kurulu olan söylemlerin meşruluk krizinde olduğunu iddia ettiğinden sonra, “yeni telematik ve enformatik çağıyla birlikte hem sosyal durumun hem de teknoloji sayesinde üretim ilişkileri üzerine kurulu bir anlayışın sonuna geldiğinin haberini vermektedir. Post modern ve post endüstriyel toplumlarda devletin üretim kapasitelerinin artırılmasında bilginin gitgide daha önemli bir yeri olacağı tezinin üzerine odaklanmaktadır. Bu bakımdan Lyotard’a göre gelişmiş toplumlarla gelişmekte olan toplumlar arasındaki fark gitgide açılacaktır. (Akay, 2010:31).

Kuşkusuz, modern ve sonrasında post modern durum ülkeler arası ve bireyle devlet arasındaki ilişkide şiddetli yeniden biçimlendirecektir. Şiddet, bir iktidar aracı ve iktidarın yansıması olarak insanlık tarihi boyunca varlığını sürdürmüştür. Arendt, iktidar-şiddet ilişkisi ile şiddetteki amaç-araç bağlantısına vurgu yapar ve şiddetin bir hegemonya kurma aracı olduğunu varsayar. Mills ise ileri iktidarın nihai biçimi şiddet olduğuna ışık yakar. Bir başka bakış açısını Walter şöyle tanımlar; “Montesquieu, her biri bir esas ilkeye göre oluşan üç örnek biçime dayalı bir siyasal sistemler teorisi geliştirmişti: ‘Terör ilkesine dayalı despotik hükümetler’, onura dayalı monarşi ve ilkesi erdem olan cumhuriyet. Her bir örneğin ilkesi, tıpkı bir saatin zembereğinin mekanizmayı harekete geçirmesi gibi, politikayı bütünleyen ve yanı zamanda siyasal yapıya güç veren ‘tutku’dur.” (Walter, 1996:281).

Şiddet üzerine çalışan kuramcılar, modernizm öncesi dışsal şiddetten, modernizm sonrası (post modernizm) içsel şiddetten, Nazi şiddetinden, polis devletinin, geç kapitalizm faşizminin, tüketim toplumunun kendine özgü şiddetinden bahsederler. Foucault ağırlıklı olarak üzere birçok kuramcı da 18. yüzyılla birlikte iktidarların dışsal-fizikî şiddetini terk ettiğini ve disiplinci iktidar modelleriyle şiddetli içsel olana yönlendirdiklerinden söz ederler.

18. yüzyıldan itibaren, dışsal şiddetin sorgulandığını, karanlığa ve dar alanlara sürüldüğünü gözlemlemekteyiz. Bu yüzyıllardan sonra içsel şiddetin meşrulaşmıştır, şiddetin ağırlıklı olarak ruha yöneldiğini söyleyebiliriz. Şiddet artık gizli şekillerde varlığını korur. Örneğin II. Dünya

Savaşı büyük kırımların yapıldığı şiddet gösterileri artık saklı değildir. Modern dünyanın şiddeti artık hem anonimdir hem de dilsizdir. Tüm bu gösteriler medya aracılığıyla radyo, TV ve sinemada kendisine yer bulmuş ve şiddet bir araç olan medyadan beslenmiştir.

Sanatsal ve kültürel bağlamda modernizm, gündelik yaşamın geçerliliğini yitirdiği fikriyle doğmuştur. Modernizm geleneksel olana karşı çıkar ve yeniyi getirmeye çalışır. 19.yüzyıl'da endüstri devriminden sonra ortaya çıkan gelişmeler (bilim, teknik ve endüstrinin gelişmesi, zevkin sade ve işlevsele yönelmesi) geleneksel olanı yeni olana yönlendirme, yerleşik ve alışılmış olanı kırmaya çalışan bir düşünce bütünüdür.

Post modernizmde ise şiddeti Byung-Chul Han şöyle tanımlar: “modernizm sonrası toplumları şiddetin, dış şiddetten içe kaydığı, içsel şiddetin yaygınlaştığı ruh toplumlarıdır.” Post modernizm, modernizmin sonrası ve ötesi anlamında kullanılır ve modern düşünceye ve kültüre ait kavramlar sorunsallaştırılır. Post modernizmin, kendini bir alternatif olarak, yani yeni bir kültürel oluşum olarak tanımlar. Çokuluslu alan ile örtüşürülen post modernizm medyaya şu özellikleriyle yansımaktadır: Geçmişe büyük bir bağlılık ve özlem, geçmiş ve şimdi arasındaki sınırların kalkışı, arzunun metalaşması, şiddet, tüketim, yabancılaşma ve öfke, bununla beraber coşkulu bir yaşantı tarzı. Post modern durum, bizleri bilinen bir geçmiş ve tahmin edilebilir bir geleceği olan varlıklar olarak tarih içine yerleştiren kapsamlı olaylar dizisinin o büyük anlatının uçup gitmesiyle ayırt edilebilir. (Giddens, 2018).

Post modern durumun en önemli belirleyicileri pastiş, kolaj ve farklı disiplin/malzemeleri yan yana getirirken bunlardan aynı zamanda bir oyun mantığıyla da yararlanmaktır. Mimaride post modern durum kale/kent surları gibi mimari yapıları uygulamasına alırken, cam, ayna, çelik, beton, ahşap, taş, mermer gibi malzemeleri aynı yapı içinde kullanabilmektedir. Bu malzemeler hem dekoratif hem de işlevsel olabilir ya da sadece dekoratif olarak kullanılabilir. Bununla birlikte şehircilik anlamında da yaşanan post modern durum tam da post modern tanımlar niteliktedir; “21. Yüzyılın post modern şehirlerinin bazıları modernizmi yaşamış, bazıları ise direkt olarak post modern bir görünüme bürünmüş olarak Avrupa'nın modernizminden çok farklı bir deney yaşamışlardır.

Özellikle Arap dünyasının çöllerle dolu arazileri, Ortadoğu'da ve yeni kurulmuş bir ülke olarak İsrail'in yapay şehirleşmesi ve göç ile başlayan nüfus artışıdaki heterojenlikler modern ile post modern şehirleşme arasında hem mimari açıdan hem de nüfus ve nüfusun denetlenmesi açısından farklılıklar göstermektedir. Birleşik Arap Emirlikleri'nde, Çin'de, Rusya'da şehirleşme hep modern ile post modern ilişkilerin geriliminden meydana gelmiştir. (Akay, 2010:57).

Edebiyatta ise geleneksel metinler, mitler, efsaneler ve özellikle 1001 gece Masalları gibi geleneksel metinler bir üst kurmaca oluşturmak için kullanılır. Bununla birlikte modern edebiyatın anlatım kalıpları post modern yazına kaynaklık eder. Ancak bu kaynaklık sadece metinsel değil aynı zamanda oyuna hizmet eden olgulardır. Örneğin İtalyo Calvino, Bir Kış Gecesi Eğer Bir Yolcu, Görünmez Kentler, Jorge Louis Borges'in *Brodie Raporu*, Atlas, *Gölge* gibi metinleri ve Türk edebiyatında ise Orhan Pamuk'un *Kara Kitap* ve *Beyaz Kale* romanları bu post modern anlatım biçimine iyi bir örnektir.

Borges, “Öykülerini *1001 Gece Masalları* gibi oyalamak ve coşturmak amacını taşıyorlar, inandırmak arayışında değiller” der. (Borges, 1990:9) Bununla birlikte Borges gibi öykülerini ya zaman ya da mekân olarak, biraz uzağa yerleştirir. Böylece imgelem daha özgürce çalışabilirliğini iddia eder. (Borges, 1990:11).

Post modern edebiyatın öncülerinden biri de Umberto Eco’dur. 1979’daki Lyotard’ın büyük anlatıların sonu diye adlandırdığı dönemin arkasında tarihi romancılık tekrar geri gelir, konular da geri gelir ve bunların en büyük örneği belki de herkesin bildiği örnek Umberto Eco’nun iki romanıdır. “Biri, *Gülün Adı*; diğeri de *Foucault Sarkacı*. İki roman da hem tarihi bir romanın, geri dönüşünü, hem de macera romanına tekrar bakmayı konu edinmiştir fakat aynı zamanda yaptığı edebiyatı ‘post modern’ olarak adlandır Umberto Eco’nun küçük bir risalesinde belirtmiş olduğu gibi, tarih temasının içinde geçen bir roman yazıcılığının edebiyata geri döndüğünü görmeye başlıyoruz.” (Akay, 2010:37-38).

Post modern durum edebiyatta metinler arasında yolculukla ve göndermelerle bir metinden başka bir metne esin kaynağı olarak ortaya çıkar. Post modern yazın zamanı mekânı ve uzamı, zaman Borges örneğinde olduğu gibi genelleyerek, yabancılaştırarak hiçleştirir. Paul Auster’in *New York Üçlemesi*’ndeki (Cam Kent, Hayaletler, Kilitli Oda) öyküler gibi önemli olan felsefi bir yolculuktur ama bu felsefi yolculuk aynı zamanda kişinin kendini arama serüvenidir. Orhan Pamuk’un *Kara Kitap*’ında ise yolculukla birlikte arayış vardır. Bu yolculuk ve arayış sırasında kişi bir değişim yaşar. Bu post modern romanların bir özelliği ise polisiye olayları üst-kurmaca bir estetikle anlatmasıdır. Eco, Pamuk ve Borges’in metinlerinde suç ve şiddet çözüm bekleyen bir olgu olarak karşımıza çıkarken 1980’li ve ‘90’lı yıllarda seri cinayetler işleyen katillerin kanlı filmleri özellikle gençler tarafından büyük ilgi görür.

Genel itibariyle; post modernizm yalnızca şiddeti tetiklemedi. Aslında kapitalizmin yeni bir evresini başlattı. Aklın ve bilimin mutlak gücüne son verdi. Sermaye yaygınlaştı ve küreselleşme anlayışını dönüştürdü. Giddens’e göre; post modernizm en iyi biçimde edebiyat, resim, plastik sanatlar ve mimarideki stil ve akımlara işaret etmeyle sınırlandırılmalıdır. Bu kavram modernliğin doğası üzerine estetik düşümünün çeşitli yönleriyle ilgilidir. (Giddens, 2018).

Post modernizm içinde hız, teknoloji ve şiddete olan sevgiyi ifade eden ve geleneğe karşı erken isyancılar olarak adlandırılan fütürizmi içselleştirir. (Kuş, 2019).

Post Modernizm ve Şiddet Görüngüsü

Giovanni Scognamillo, Mediaların, görsel sanatların var olmadığı çağlarda da şiddet, acı ve kan halka açık (ve halk tarafından çok tutulan) bir gösteri, bir eğlence niteliğinde olduğunu belirttikten sonra, “Antik Romalılar’ın ‘panem et circenses’ten (ekmek ve sirk oyunları) Fransız devriminin ‘giyotin’ gösterilerine veya Orta Çağ’daki bol ve coşkulu, işkence ile karışık, idamları. Özetle, şiddetin, acının ve dökülen kanların, yakılanların, seyircisi her zaman bol olmuştur, her insanın içinde bir canavarın gizli olduğunun altını çizer. (Scognamillo, 1996: 357).

Şiddet; yaşamın her alanında olduğu gibi eğlenceli bir ortam olarak gösterilen medyada ve özellikle sinemada farklı şekillerde ortaya çıkar. Sunulan şiddet ögesi etkileyici, büyüleyici, çekici veya itici olabilmektedir.

Toplumlara, kültürlere göre biçimlenen, değişen ve fiziksel olduğu kadar simgesel boyutu da tartışılan şiddet reklamların yaygın bir unsuru olarak nitelendirilmektedir. Toplumun mündemik bir ögesi olan şiddet biçimlendirilirken, estetize edilir ve bu şekilde ona yeni bir estetik boyutu kazandırılır, doğal ve zararsız olarak addedilen şiddet imgeleriyle olağanlaştırma meydana gelir. Post modern dünyada gittikçe artan şiddet problemi, medyada yer simgesel şiddetin nasıl ve hangi içerikte yer aldığını anlamlandırmak gerekmektedir. Sosyo-kültürel bir boyutun içine giren şiddet medyada simgesel olarak yer almaktadır ve bu durumu göstergebilim yöntemiyle çözümlenmek önem arz etmektedir, zira göstergeler medyadaki şiddetin nedenlerini anlamamıza yardımcı olur.

Post modern yapıda, post modern şiddet görüngüsü, şiddeti eğlence kaynağı olarak yansıtmaktadır. Adorno ve Horkheimer kültür endüstrisinde filmlerde şiddet olgusuna dikkat çeker ve şiddetten alınan zevkin izleyiciye karşı şiddete dönüşmesinden bahsetmektedir. Yani onlar dayak yerse, gerçek hayattaki kişilerde kendi yedikleri dayağa alışır. (Adorno & Horkheimer 2014: 185). Şiddeti yalın olarak göstermeyen bu sinema film serisinin türü komedidir. Çünkü kültür endüstrisinde eğlence her zaman bir şey düşünmemek, gösterildiği yerde acıyı unutmak demektir. Bu bir kaçıştır insana bıraktığı son direniş düşüncesinden kaçıştır. (Adorno & Horkheimer 2014: 193). Kültür endüstrisinde eğlence kavramı acıyı unutmak olduğuna göre post modernizmde ise şiddet hem bir eğlence aracına dönüşür hem de estetikleşir.

Estetik, doğal ve zararsız olarak algılanan şiddete ait görüntüler, şiddeti etkisiz hale getirmek amacıyla tasarlanmıştır. Toplumun en bir varlığı olarak kabul gören şiddete göz yumulmaktadır; hatta şiddetin şekillendirilmesi yani estetik bir boyut kazandırılması adına şiddeti öne çıkaran medya şiddeti sanatsal yollarla estetize etmektedir. Modern estetik, sınır ihlallerini ve tabuları çiğnememek kaydıyla imkânsız olanı kullanarak suretiyle şiddeti estetize etmektedir. Medyada gizli bir şiddet ögesinin varlığından bahsedebiliriz. Sinema ve dijital platformlar ilgi çekmek için şiddete başvururlar. Sembolik çıkarımları metalaştırarak, kültürel kodlar yüklerler ve kültürel alanlarla örtüşen veya onlarla çelişen estetize edilmiş şiddeti ön plana yerleştirirler.

Estetik, doğal ve daha zararsız olarak algılanan şiddet görüntüleri onu nerdeyse etkisiz hale getirmekte ve olağanlaştırmaktadır (Bauman, 2001:186). Toplumun kendisinin içkin olgusunun bir ögesi olan şiddetin varlığı kabul edilmiş; ona göz yumulmuş ve hatta biçimlendirilmesine yardım ederek estetik bir boyut kazandırarak şiddeti ustaca ele alan reklamlar, programlar ise adeta şiddeti sanatsal yollarla estetize etmektedir (Büker- Kıran,1999: 30). Modern estetik sınır ihlallerini ve tabu tanımazlıkların bir sonucu olarak yasak ve imkânsız olanı kullanmak suretiyle şiddeti estetize etmektedir (Lynch, 2002:126).

Şiddet kavramı üzerinde düşünüldüğünde herhangi bir uzlaşma söz konusu değildir. Her toplumun kendine özgü şiddet sorunları vardır (Michaud, 1991:16). Şiddetin çok geniş bir toplumsal edim yelpazesinde kullanılmasının nedeni, onun değişik biçimlerde ortaya çıkmasından kaynaklanır. Bu nedenle küçültücü, gülünç duruma düşürücü, ruhsal açıdan zedeleyici (Riches, 1989: 35-36) örtük ve dolaylı eylemler de şiddet kapsamındadır. Arendt'e göre; doğası gereği araç niteliği gören şiddet hem bir amaca olarak hem de araca yöneliktir, zira

kendini meşrulaştırma ihtiyacı hisseder. Temelde meşru olmayan bir şey, bir edim, bir kavram, başka hiçbir şeyin dayanağı olamaz. (Arendt, 1997: 57). Sinemadaki şiddetin seyirciyi etki altına alması hususunda Cumstock bunu dört unsurda ele almaktadır.

Bunlar şu şekilde açıklanabilir: birincisi; ekrandaki şiddetin ödüllendirilip ya da cezalandırılmasına ilişkin yaklaşım, ikincisi ekrandaki şiddetin haklılığa sahip olup olmadığı, yani normallik ölçüleri içinde değerlendirilmesi, üçüncüsü ekrandaki şiddeti izleyen seyircilerin sosyal yaşamlarındaki içerikle benzerlikler göstermesi ise şiddete geçerli bir boyut kazandırılmış olur. Cumstock ve Paik göre (1991) dördüncüsü, şiddetin etkisi konusunda insanları engelleyici ya da uyandırıcı faktörlerin önceden sunulması. Televizyon ya da filmdeki şiddet ve onun etkileriyle ilgili olayları analiz etmek için deneysel bir biçimde kullanılabilir (Murray, 2001: 5).

Post Modernizm ve Şiddet Estetiği

1900'lü yıllar sanata yeni bir perspektif kazandırdı. Ekonomik siyasal egemenlik sistemindeki değişimden dolayı kapitalizmin neden olduğu birçok söylem günümüz postmodernizmdeki kapitalizmin dönüşümünü, mikro-elektronik devrimin öngördüğü bilgi alışverişi ve üretim aracılığıyla sürdürmüştür. Modernizmden post-modernizme geçiş bir kopuş olmamakla beraber aslında bir kırılma noktasıdır, ideolojiler, ekonomik hareketler ve toplumsal devrim gibi olgular ön plana yerleşmiştir.

Endüstriyel gelişme çağındaki sanat anlayışında, kapitalizmdeki sömürü sistemi eleştirel bir boyut alır. Sinema sistem eleştirisinde edebiyatla birlikte en güçlü sanat dalı olarak kendini gösterir. 1960'lı yıllar reel sosyalizmin hüküm sürdüğü rejimlerle, kapitalist rejimler arasındaki soğuk savaşın kızıştığı ve bu iki gücün de deniminin dışına çıktığı eylemlerin yıllarıydı. "Bireyler devlet içindeki varlıklarını sorgulamaya başladı, sivil örgütler bile politik kimlik kazanmaya başladı. Bununla birlikte bütün dünyayı saran devrimler gerçekleşti, gerilla mücadelesi ve şehir gerillası gibi kavramlar politik terminolojiye girdi.

1967 yılında Artur Penn'in yönettiği *Bonnie And Clyde* ve Mike Nichols'un yönettiği ve ülkemizde *Mezun* adıyla gösterilen filmler, geleneksel Amerikan yaşam biçimine saldıran ve neredeyse onları mahkûm eden hikâyelere sahiptiler. Hollywood'un Lale Devri kapanıyor, artık dayatılan yaşam biçimlerine dolaysız bir başkaldırı sinemanın örnekleri veriliyordu. Suçlu diye lanse edilen insanların, içinde yaşadığı toplumsal ve ekonomik yapının hiç mi suçu yoktu?" (Kıraç, 2001:100).

19. yüzyıldan günümüze kadar gelen tarihsel süreçte, sanat ve günlük yaşam eleştirisi karşımıza çıkar ve toplumsal konular merceğe alınır. Sanat ve yaşam arasındaki ilişki ve Klasik Marksist estetik anlayışı, neo-marksist olarak dönüşür ve 1920'li yıllardan 1970'li yıllara kadar uzanan süreçte ise Frankfurt Okulu kuramları yeni bir kimlik kazanır. Yerleşik ve sistematik yapı sanata yenilik kazandırır. Frankfurt Okulu popülist düşüncelerin gerçeklik boyutu ve iktidarın kuramsal temeli Marksist siyasal ekonomiden uzaklaşarak göstergebilime dönüşür.

Toplumsal olaylar sanatı etkilerken, sanatın da toplumsal hareketleri tetiklediğini ve aralarında bir ilişki olduğunu söyleyebiliriz. Ürünlere/yapıtlara ve değer yüklenmiş nesnelere karşı duyduğumuz kin ve öfke şiddete yıkıcılığa neden olur ve şiddeti doğurur, yani modernlik

kuramına biat etme durumu söz konusudur. Modernliğin ideolojik uçları, sanatta yıkıcılık yaratmaktadır. İnsana verilen değer yok olduğunu, ölümün ucuzladığını ama buna rağmen iyiden iyiye görselleştiğini söyleyen Giovanni Scognamillo, Ölüm ve ölüm çeşitlemeleri ile birlikte, öldürmenin çeşitlemeleri ile birlikte bir gelişme gösterdiğini söyler. “Bu da yeni bir durum değildir, oldukça eski bir ‘estetiktir, bir ‘felsefedir, bir zevktir. Tanrısal Sade Markisi’nden çağdaş George Bataille’a kadar incelikli kuramlar hiç eksik değildir. Ve unutmadan, cinayet bile bir sanattır. Hitchcock bunu defalarca görüntüledi, anlattı, Hitchcock’tan çok önce ise Thomas da Quincey kitabını bile yazmıştı!” der. (Scognamillo, 1996: 359).

1980’lerde sanat siyaselleşerek çeşitli şiddet sorunlarını ortaya çıkarmıştır, ancak günümüzde modernizmin kendine özgü stratejileri yeni bir iktidar söylemini canlandırmaktadır. Modern ideolojinin baskısı ve iktidar gücünden doğan kavramsal çatışmalara post modernizm ile yanıt aranmıştır.

“Şiddet araçsal karakterleriyle ayrılır. Fenomonolojik açıdan baktığımızda kuvvete yakındır. Çünkü tam başka alet edavat gibi şiddetin araçları da doğal kuvveti çoğaltmak amacıyla tasarlanır ve kullanılır; ta ki gelişimlerinin son safhasında doğal kuvvetin yerine geçer hale gelinceye değin. Bu tanımların gerçek dünyada sugeçirmez ayrımlara tekabül etmediğini söylemeye gerek bile yoktur elbette. Ancak bu tanımlar tam da gerçek dünyadaki bu ayrımlardan üretilmiştir.” (Arendt, 2018: 56).

Mutlak evrensel doğruların anlamını yitirip, gerçeklik ve hakikat kavramlarının sorgulandığı, göreliliğin ve bireylerin varlığını koruduğu toplumda ruhsal sanat önem kaybetmiştir. Modern sanat bir anlatı olarak kullanılırken, liberal ekonominin önermeleri doğrultusunda sanat metalaşmış ve post modern anlatı biçiminde değişim geçirmiştir. Bu da şunu göstermektedir: klasik estetik biçim değerini kaybetmiş onun yerine şiddet estetiği gelmiştir.

Quentin Tarantino Sineması ve Post Modern Şiddet

Şiddeti aslında en iyi anlatan yönetmenlerden biri Quentin Tarantino’dur. Sosyal ve kültürel hayatımızın *kompartmanlaşma* sürecinde şiddeti dışarıda bırakamazdık. Suç olgusu ister bireysel ister örgütlü olsun toplumdaki ekonomik, siyasal, toplumsal değişimin aynasıdır. “1990’lı yılların sonuna doğru televizyonda vatansever mafya kahramanlarının dizileri lümpen bir izleyici kitlesi oluştururken, sinemada, ‘Adam şiddetin estetiğini, felsefesini yapıyor’” diyerek Quentin Tarantino filmlerine saplanıp kaldık.” (Kıraç, 2019:223).

Tarantino’nun esin dünyasını, ‘Ucuz Roman’lar oluşturur. Ucuz roman okuyarak büyümüş, bundan bir yaşam tarzı, bir estetik anlayışı çıkarmış birinin dünyası. “Bir Tarantino filmi izlerken, sadece sinemacının kendinin değil, sinemasındaki karakterlerin de ucuz roman okuyarak büyümüş olduğu konusunda hiç tereddüt yok. Konuşmaları özeli değil, geneli ele veriyor. Ve bu konuşmaları, kan izliyor.

Sıklıkla şiddet sahneleri gördüğümüz Tarantino filmlerinde şiddet olabildiğince sarsıcı bir biçimde estetize ediliyor. “Elbette şiddet doğası gereği sarsıcıdır, ancak sinemamın bazı kolları, onu tekdüze ve alışılmış hale getirmeyi neredeyse başarmış durumda. (Kutlu, 1996:353).

“**Yönetmen olmasaydım gangster olurum**” cümlesi ile tarzını belli eden Tarantino, şiddeti estetik bir biçim olarak gördüğü için “**Kill Bill**” filmi farklı bir yere sahiptir. Özünde, postmodern kuram üzerine kurulu Tarantino sineması, parçalı ve orijinalikten biraz uzaktadır. Modernizmeki anlatı, göndermeleri bir parodi haline getirir. Postmodernizmde bu pastiş dönüşür. Pastiche kendine özgü bir anlatım sanatıdır. İçi boş ve bütünsellikten uzaktır, hedef hoşça vakit geçirme eylemidir. Önemli filmlerden biri olan *Ucuz Roman* filminde ise kitsch bir estetik şiddet mevcuttur. *Ucuz Roman* postmodern anlatı biçimine göre ise sadece kitsch bir üründür.

Şiddet, gangster dünyası ile ‘sokaktaki adam’ın dünyası arasındaki temel fark olduğundan, “Tarantino bir ölüm sahnesi çektiğinde, bunu izleyicinin gözümüzün içine sokar. Apaçık gösterilen, vurgulanan şiddet. “Rezervuar Köpeklerinde (Reservoir Dogs) Tim Roth’u baştan sona kanlar içinde can çekişmesi, sinema salonundaki seyirci için Rambo’nun binlerce insanı (ama hepsi kötü adamlar) öldürmesinden daha sarsıcı, sinir bozucu. Kanımca, *Rezervuar Köpekleri*’ndeki ve *Ucuz Roman*’daki şiddet sahneleri, bu tür bağımsız sahneler, öykü parçaları... Soğukkanlı, ‘profesyonel’ katiller ve kedinin fareyle oynadığı gibi oynadıkları kurbanlar... (Kutlu, 1996: 355).

Tarantino filmlerinde pastiş ve göndermelerle birlikte post modern durum oyun olgusuyla ortaya çıkar. Hem filmin kurgusunda hem de acımasız katillerin işledikleri cinayetlerde şiddet bir oyun olarak sunulur. Haz alınan şiddetle anlam kazanan oyunlardır bunlar. *Rezervuar Köpekleri*’nin popüler sinema izleyicisinin kolektif hafızasına yer eden bölümlerinden biri, Bay Sarı’nın (Mr. Blonde) iskemleye bağladığı polisin kulağını kestiği sahne. Bay Sarı, ilk önce polisi konuşturup bilgi alma eğiliminde gibi görünür. Fakat çok geçmeden polise, konuşsa da konuşmasa da hiçbir şeyin değişmeyeceğini, onu sırf zevk için (yavaş yavaş öldüreceğini söyler. Uzun süredir kanlar içinde yatmakta olan Bay Turuncu (Mr. Orange) Bay Sarı’yı vurur ama, daha sonra polis yine de öldürülür. Çaresiz olan için kurtuluş yolu karanlık ve uzak.

Şiddet artık sadece şiddet sergilemek için sinemada kullanılmaya başlandı, bir neden-sonuç ilişkisinden daha çok şiddetin kendisi fetiş meta halini aldı. “Burada özellikle dikkati çeken şey, aksiyon sahnelerinde, oyuncuların silah tutuşlarındaki değişimdi. Silahın kabzasını yan yatırarak ateş ediyordu oyuncular. Tabanca tutma adabı değişmişti; önceleri oyuncular, silahı dik tutarak, karşısındaki hedefin belli bölgelerine ateş ediyordu, hasımına öldürücü darbeler vurmak ya da yaralı ele geçirmek tetiğe basmanın kontrolündeydi.

Oysa, *Rezervuar Köpekleri* (1992), *Ucuz Roman* (1994), *Yedi* (Seven, 1995) gibi filmlerde oyuncular silahların kabzasını doksan derece eğerek, neredeyse karşısındakini yaylım ateşine tutuyordu; önemli olan merminin isabet etmesi ve düşmanın saf dışı kalmasıydı. Başka bir deyişle ‘körü körüne şiddet’. Bu tür artistik faaliyetler, kısa sürede bizim sinemamıza da sirayet etti.” (Kıraç, 2019: 224).

Tarantino *Rezervuar Köpekleri*yle birlikte filmin hikâyesini üst kurmaca olacak biçimlendirir. Filmin hikâyesi bir uzama yerleştirilmiş parçalı-pastiche halindeki epizotlardan oluşur. Ancak filmin asıl olayını yani soygunu filmde görmeyiz. Zaman sığramasıyla soyguna hazırlığı ve

soygun sonrasını izleyiciye gösterirken aynı zaman yönetmen izleyiciyle, oyuncularla da şiddet üstüne bir kurmaca oyunu yapar.

“Senarist-Yönetmen Quentin Tarantino’nun sineması, Peckinpah’tan Melville’den Hong Kong sinemasından besleniyor. Sinema anlayışını, seyretmiş olduğu çok sayıda film üzerine kuran, günlük yaşamı değil, bize reklamlarda sunulan yaşamı anlatan bir sinemacı Tarantino... Ve filmlerindeki şiddet de kaynağını yaşamdan değil, şiddet içeren diğer filmlerden alıyor.” (Kutlu, 1996: 356).

Ezcümle; parodileştirilerek estetize edilen *şiddet ve post modern* kuram şiddetin farklı biçimlerle görselleştirdiğini aktarır ve bunu oyun olarak ortaya koyar.

Sinemada Sanatsal Şiddet ve Estetikleşme

Sistemin kendisi bir mesajdır ve kapital kökenli hazza hizmet ederek pazara sunulan dijital medya ürünleri ideolojik olmakla beraber şiddetin dereceli şekillerde yansımalarına sebebiyet vermiştir. Buradaki ideolojik vurgu, şiddetin anormallik ekseninden çıkarak, onun kötü tarafları ile yüzleşmektir ya da onunla özdeşleşmektir. Şiddet resim sanatında, fotoğrafta ve dijital platformlarda sürekli karşımıza çıkmaktadır ve günümüzde en önemli sosyalizasyon araçları dijital platformlardır. Netflix, Blu Tv ve Puhu Tv buna bir örnektir. Baudrillard’a göre yönlendirme bu yolla çok kolaydır.

Filmlerde ve dijital platformlarda görülen şiddet türlerini mekanik, mitik, özbiçimsel ve dramaturjik olmak üzere dörde ayırmaktadır. Bu dört kategori arasında gri alanlar bulunsa da bir gösterge olarak filmlerdeki şiddetin esnekliğini ortaya koyma açısından yararlı bir sınıflandırma olarak değerlendirilmektedir. (Pomerance, 2004: 47).

Sinemanın, dizilerin ve dijital platformlarda yayınlanan ürünlerin resim sanatına ve fotoğrafa oranla, hikâyelendirme argümanı daha güçlüdür. Seyirci ile özdeşleşme kurarak başarılı hale gelir. Sanat haline dönüşen ürünler dil ve estetik olarak bunun bir parçası haline gelirler. Görsel sanatlarla aktarılan kurgusal şiddet izleyiciler üzerinde büyük bir etki yaratmaktadır, bunun sebebi de görmenin sözcüklerden önce gelişidir.

Bu dünyayı sözcüklerle anlatırız; ama sözcükler dünyayla çerçevelemiş olmamızı hiçbir zaman değiştirmez. Gördüklerimiz ile bildiklerimiz arasındaki ilişki asla durulamaz (Benjamin, 1978: 7).

“Özellikle de şiddeti kendi gerçek hayatında somutlaştırarak hem kutlayan hem de aynı zamanda toplum içerisindeki algı nedeniyle ayıplayan seyirci, şiddetin farklı mecralarda sunulan türleriyle, şiddetin konuşlanması arasındaki farkın çökmesine neden olur. Şiddeti arzulayan seyirci, şiddetin estetikleştirilmesi doğrultusunda da yönetmene yol gösterir, çünkü filmde görülen şiddet basit bir olgu değil hem tutucu hem de ileri görüşlü amaçlar için yayılan karmaşık bir anlamlandırma pratiğidir.” (Kendrick, 2006: 108).

Bu da estetikleşme mevzusunu farklı bir noktaya çeker. Seyircinin adrenalini yükseltmenin giderek daha zor bir hale geldiği günümüzde, yönetmenin seyirciyi etkilemek adına şiddetin

yoğunluğunu arttırması gerekmektedir (Taylor, 2010: 60). Estetik öğelerin şiddet sahneleri ile birleşmesi izleyicinin doyumsuz bir haz almasına olanak tanır ve seyirci bilinçaltındaki arzularını açığa çıkarır.

“Sinemayı hem bir sanat hem de kitle iletişim aracı olarak ele alan Frankfurt Okulunun kurucularından Adorno ve Horkheimer ile yakınlığıyla bilinen Kracauer naziler iktidara gelmeden önce modernizm ile bağlantılandığı kitleyi eleştirir. Kitle hareketlerini yorumlar, kitle süsünü merkeze alır. Kitle süsü kapitalizmden doğmuştur. İnsan kitlenin bir parçası olarak, istatistiklerde yükselip makinelerle hizmet eder. Kitlelerin süsleyici hareketlerinden alınan estetik haz meşrudur. Gerçekliğin önemli bileşenleri dünyamızda görünmez hale geldiğinde sanat geriye kalan bileşenlerle idare eder, çünkü estetik temsil estetik alanın dışında kalan gerçekliği göz ardı ederse o denli gerçek olur.” (Kraucher, 2011: 189).

Hitler döneminde ortaya konulan görsel ürünler bunu kanıtlamaktadır. Hitlerin kitlesel görüntüleri ekrana ve perdeye yansımaktadır. Bedenin bir bütün olarak gösterilmediği süsler fetişleşerek bir Hitler estetiğine dönüşür. Burada halk bir kitle olmaktadır. Gerçekliğin görece görünmez olduğu bu durum aslında gerçekliği göstermelidir, zira sanatın görevi budur. Netflix platformunda yayınlanan “The Photographer of Mauthausen” filminde bedenler bir fetiş nesnesine dönüşerek estetikleşir ve tahakküm şiddeti varlığını gösterir.

“Şiddet profili, görsel sanat dünyasının izleyicilere kültive edilmeye çalışan sanat öğelerinin ve görsel sanat dünyasındaki sosyal gerçeklik kavramlarının izlerini süren bir göstergeler kümesidir.” (Gerbner, 2014: 34).

Genel itibarıyla; sanatsal şiddet tüketim nesnesi haline gelen her şeyin tüketilebilmesi için artık ihtiyaca değil estetik beğeniye hitap etmesi gerektiğini ortaya koyar. Yani şiddet de dijital platformların tıklanma yani nicelik kaygısında bir malzeme olarak kullanıldığından estetikleştirilerek sunulmak zorunda kalır. Bunun örnekleri de yine reklamlarda ve haberlerde şiddetin normalleştirilerek ve vahşi yönünün törpülenerek sunulduğu örneklerle gösterilebilir. Şiddet aslında heyecan vericidir, fakat genellikle arındırılır, amaç korkutmak ya da iç burmak değildir, eğlendirmektir, o amaç altında tasarlanır.

Medyapım'ın sahibi Fatih Aksoy'un şiddet hakkındaki düşüncesi şu yöndedir: “Hiçbir dizimizde şiddeti haklı göstermedik ya da bir haz uyandıracak, estetize edecek şekilde sunmadık.”

Şiddet ve Estetikleşme Örneği Olarak A Clockwork Orange

Kubrick, Anthony Burgess'ın, ahlaki değerlerin neredeyse sıfıra vurduğu bir toplum yapısının ortaya konduğu A Clockwork Orange (Otomatik Portakal) romanıyla aynı adı taşıyan filmde karakterleri kötü ve iyi kavramlarını birbirinden ayırt edilemez hale gelmektedir. Londra, belirsiz ama çok yakın gelecekte olduğu varsayılan hikâyede, “Grotesk giysilerle dört genç, ‘Korova’ barında buluşurlar. Niyetleri eğlenceleri arasında başlıca yer tutan şiddet eylemlerine kendilerini hazırlamaktır.” (Atayman, 2019:126).

Şiddeti oyunlaştıran gençler kendilerine has ritüeller gerçekleştirir. Ama aralarındaki iktidar savaşı bir süre sonra şiddeti birbirlerine yöneltmesine neden olacaktır.

Post modernist kuram üzerine kurulu film; şiddet ve suçtan ortaya çıkan kaosu, değişen dünya düzenini ve bu değişimin insanların üzerindeki sert ve kalıcı etkilerini, suça ve şiddete olan eğilimi çözümlenmektedir. Bununla birlikte filmde kitsch, içerik olarak gerçekliğe tekabül etmekten uzak, geniş kitlelerin zevkine uygun, tatlı, hoş duyguları gıcıklayan sahte sanatın iki biçimi, pop ile kitsch buluşmaktadır. *A Clockwork Orange* (Otomatik Portakal), Kubrick'in diğer filmleriyle kıyaslandığında görsel anlamda başka bir yere denk düşer, filmin görseelliği ve görüntüleri yönünden ele alındığında, kötü zevkin şartlarına, işlevine yöneliktir. (Atayman, 2019:132).

Filmde, toplumsal değerler çatıştığı için insan doğasına olan aykırılık giderek kuvvetlenmektedir. *A Clockwork Orange* (Otomatik Portakal) aynı hikâye üzerinden ilerlerken neden-sonuç ilişkisi açısından film iki bölüme ayrılır, birinci bölümde şiddeti uygulayanların dünyasını, ikinci bölümde ise şiddeti uygulayanların aynı şiddete maruz kalması ironik bir biçimde hikâye edilir. Şiddet, cinsellik, haz ve oyun post modern trüklerle birlikte film benzerlerinden ayıran ana unsurlardır.

Başka bir okumayla değişim sancıları içinde kıvranan bir toplumda bireylerin ne kadar özgür veya baskı altında olması gerektiği sorgulanır. Şiddetin içinde başka bir şiddet varlığını göstermektedir ve bu şiddet bazı estetize edilmiş sahnelerle toplum tarafından ayrıştırılan queer olarak tanımlanan bireylerin dışavurumunu ve özgür iradeyi irdeler.

Anthony Burgess'in muasır toplumlarda şiddetin artışını kökten ve muğlak bir biçimde eleştiren romanı baz alan "A Clockwork Orange" toplumların ortak sorununun şiddet olduğunu ileri sürerken, sinemanın, televizyonun şiddeti kritike etmek yerine onu aynen kullandığını aktarmaktadır. Şiddetin bireysel olmadığını estetik vurgulamalarla alt metinlere yerleştiren film, toplumsal olduğunu vurgular ve bunu eleştirir.

Şiddet ve Estetikleşme Örneği Olarak Dövüş Kulübü (Fight Club)

David Fincher *Seven* (Yedi) filmiyle ünlendikten sonra 1999 yılında Chuck Palahniuk'an aynı adı taşıyan kitabından *Dövüş Kulübü* (*Fight Club*) filmi yönetir. Aynı tarihlerde Amerika'da Columbine Lisesi Katliamı yaşanmış ve 1999 sonbaharında film gösterime girmiştir. Terörizmle dehşetin dünyanın en sakin bölgelerinde bile hissedilmeye başladığı bu olumsuz atmosferde, açıkça şiddet içerdiğini ilan eden bir filmin hoş karşılanma olasılığı oldukça düşüktür. (Tecimer, 2005:235-236) Ancak film çok kısa bir sürede büyük bir hayran kitlesi kazanarak kült filmler arasında yerini alır.

Post modernizme göre özne kurguları ile öne çıkan *Dövüş Kulübü* filmi hem sistemin hem de sistem karşıtı hareketlerin handikaplarını ortaya koymaktadır. *Şiddeti estetik* açıdan yücelten *Dövüş Kulübü* toplumun içine düştüğü bir paradoks olan yeni otorite biçimini kabul etmeyiştir, zira post modern birey paradoksu, bireyselliği geri iterek, bireyin orijinal olma çabasını ya da gücünü elinden almaktadır.

Hikâyenin anlatıcısı Jack, tam olarak Amerikan türü yaşamın yarattığı anlam çelişkilerinin bir ürünüdür (özgürlükler ülkesinde kapitalizme mutlak boyun eğiş, adalet ülkesinde şiddet). Filmin yönetmeni Fincher'e göre; "Avcı olmak için tasarlandık ama bir alışveriş toplumunda yaşıyoruz; artık öldürecek hiçbir şey yok, uğruna dövüşülecek bir yok, araştırılacak, üstesinden gelinecek hiçbir şey yok!" (Aktaran Tecimer, 2005:236)[†] Post modern trükler üstüne yükselen Dövüş Kulübü sisteme eleştirel yaklaşımı da eleştiri sorunu olur.

Dövüş Kulübü'nün yazarı Chuk Palahniuk aynı zamanda filmin senaryo çalışmasında da bulunur ve 1999 yılında verdiği röportajda, "Statükoya uygun olmayan her davranış delilik olarak değerlendiriliyor. Halbuki orada söz konusu olan aydınlanma da olabilir. Kimin deli olup kimin olmadığı bakışa göre değişir..." (Palahniuk, 2002:116).

Dövüş Kulübü şiddetle birlikte kapitalist ilişkileri kendine has bir anarşist tavrıyla eleştirir, bu eleştiri dahi sistemi rahatsız eder ki, Palahniuk verdiği röportajda, "Tüketici karşıtı mesajlarımız, sistemi sergilediğimiz şiddetten daha çok korkutuyor. Üstümüze gelmek için şiddeti bahane ediyorlar," diyerek filmin nasıl bir etki yarattığının altını çizer.

Tecimer'in tespitiyle, kişinin egosu, toplumsal kuralların, topluma uyan davranışlarda bulunma isteğinin doğrultusunda gelişir. Ne var ki post modernite, bir anlatım biçiminin ya da bir yapının, başka bir anlatım biçiminden ya da yapıdan daha iyi, daha üstün olamayacağını ileri sürerek, modernitenin değer dizgesini bozar ve benimsenmiş toplumsal kurallara meydan okur. (Tecimer, 2005:242). Üst kurmacayı kişilik bölünmesi kuran film aynı egosantrik bir savaşın, şiddetin de hikâyesini anlatır.

Filmin kahramanı kendi özünü bulamayan ve o gerçeklik içinde kaybolan bireyi temsil eder. Diken ve Laustsen'a göre *Dövüş Kulübü (Fight Club)* bütün iktidar karşıtı fikirlerin birer baskı unsuruna dönüşebileceği fikrini öne sürer. Filmdeki şiddetin estetik boyutu kapitalizmin meta-fetişizmine alternatif olarak sunulduğunu öne çıkarmaktadır.

Şiddetin Pazarlanması

Şiddete, pazarlama yönünden bakacak olursak; şiddetin temelde bir şiddet olayı, şiddet uygulayıcı ve şiddet gören tarafları varken, pazarlamaya dönüşen şiddetin ideolojilerle yoğurularak yeni bir reklam aracı olduğundan söz etmek mümkün. Şiddet asıl anlamından çıkıp göstergesel bir anlama doğru kaymaktadır.

Kapitalizmin cinsiyet, güç, iktidar gibi belirleyici kalıplarını içinde buldukları sistemin bir parçası olmaya devam etmek için yeniden üreten markalar, şiddeti pazarlama aracı haline getirir, çünkü bir olgu sahiplenildiğinde sahiplenilen taraf bunu içinde eritip asıl anlamından uzaklaştırmaktadır. Örneğin fabrikalarında kadınları uzun saatler ve düşük ücretlerle çalıştıran

[†] Aktaran Tecimer: Gavin Smith, "David Fincher'ın Sözleri", Inside Out, Film Comment, Cilt 35, Sayı 5, s. 58-66, New York, Eylül/Ekim 1999)

bir marka, reklamlarında kadın haklarını savunan bir imaj yaratıp bunu da bir pazarlama stratejisi olarak kullanıyor. Aynı şey şiddete de uyarlanabilir.

Buradan hareketle, Netflix'te yayınlanan “La Casa De Papel” şiddetin pazarlanması ve özendirici bir model olduğu konusunda açık ara öndedir ve kendisine büyük bir pazar alanı yaratmıştır. Şiddeti en katı ve sert biçimiyle izleyiciye sunan “Slasher” dizisi ise şiddeti göstererek, şiddet aracılığıyla toplumsal bir savaş açmaktadır.

“Model alma ve sosyal öğrenme yoluyla, insanlar dizilerde ve filmlerde izledikleri söylemleri, tutum ve davranışları taklit eder ve öğrenirler. Televizyondaki program ve dizilerdeki kahramanlarla özdeşleşerek, onlar gibi konuşmaya, onlar gibi davranmaya, onlar gibi var olmaya öykünebilirler. Şiddeti ve saldırganlığı bir problem çözme yöntemi, bir var olma şekli, bir ilişki ve iletişim kurma biçimi, aşkın ve tutkunun bir tezahürü olarak benimsemeye başlayabilirler. Dizilerdeki ve filmlerdeki şiddet ve saldırganlık, izleyenler üzerinde duyarsızlaşmaya ve tepkisizleşmeye neden olabilir. Şiddet ve nefret söylemleri, saldırganlık içeren tutum ve davranışlar, izleyenler için gittikçe normalleşmeye ve hatta meşrulaşmaya başlayabilir.” (Altekin, 2019).

Netflix'in yanı sıra televizyonda şiddet içerikli filmleri ve dizileri örnek göstermek mümkün. “Çukur” ve “Kurtlar Vadisi” dizileri şiddeti meşrulaştırmakta.

Siyasal Şiddet ve Powidoki

İktidarlar ideolojik propagandalarını, ajitasyonlarını tiyatrodan sinemaya, yazılı görsel basından, edebi ürünlere varana kadar her türlü aracı kullanarak yapabilir. Ama bunun için en elverişli malzeme kuşkusuz sinemadır. Ulusal devletler ve kapitalizm sinemanın bu gücünün farkına çok erken varmıştır. Sinema gelişmiş ülkeler için bir sanat ürünü olmanın ötesinde politik, ideolojik, kültürel hegemonya kurma aracı, aynı zamanda da önemli paraların kazanıldığı büyük bir pazardır.

Kültür emperyalizmin bu en önemli ‘enstrümanı, ‘azgelişmiş’ ya da üçüncü dünya’ diye adlandırılan ekonomik altyapısı zayıf ülkelerde yaşayan insanlara, nasıl giyinilmesi, eğlenilmesi, öpüşülmesi, sevişilmesi konularından tutun da hangi kitapların okunması, hangi müziklerin dinlenmesine varana dek, insanlara nasıl yaşanılması gerektiğini ‘gösterir’.” (Kıraç, 2001:98). Dolayısıyla sinema sadece sinema değil aynı zamanda egemenlerin kontrolü altında tutulması gereken bir pazardır.

Andrej Wajda'nın *Powidoki (Ardıl Görüntü)* filmi devlet, rejim ve sanatçı arasındaki çatışmayı en güzel anlatan filmlerden biridir. En büyük insanlık ayıbını anlatan Andrej Wajda'nın *Powidoki (Ardıl Görüntü)* filmi siyasi meselelerden dolayı sanatın Stalin'in diktatörlüğü ve faşist ideolojisiyle sarıp sarmalandığı, zorla yaptırım uygulandığı bir toplumun çok büyük zorluklarla ayakta kalmasını resmeder. Onun izinden gitmeyenlere ise Hitler-vari yöntemlerle türlü türlü şiddet oyunları oynar. “Ya bendensiniz ya değilsiniz” diye toplumu ikiye böler ve sanat da bundan nasibini alır.

Sinema tarihinde baskıcı rejimler karşısında kendi sanatının eleştirel boyutlarını genişleten akımlar, anlatım biçimleri olagelmıştır; Alman Dışavurumcuların filmlerinde görünür gerçekliği

çarpıtması, bu faşizan anlayışa karşı çıkış, bir yanıyla görsel bir hayatı ve nesnelere başka boyutlarda göstermek ve bunu yalnızca hikâyeye değil, görüntünün bilinçaltındaki anlamlarını harekete geçirerek yapmak sıkı bir ideolojik tavidir. Bu karşı duruş, aynı zamanda bütün iktidarların militarist saldırılarına ince bir alaydır. (Kıraç, 2019:34).

Deneysel bir sanat anlayışına sahip olanlara soluk alma hakkı dahi tanımayan Stalin yönetimi, Wladyslaw Strzeminski'nin yaşamını yerle yeksan eder ve onun trajik hikâyesini izlemek gerçekten de çok göz doldurucudur ve baskıcı rejimlerin sanatçıyla baş edemeyeceğine güzel bir örnek teşkil eder. Stalin'in kaba kuvvet kullanarak hakimiyetini elden bırakmaması, iç benliğindeki çatışmalar, egosal çıkarlar hem binlerce insanın hem de Wladyslaw Strzeminski'nin yaşama gözlerini yummasına neden olur. Bu bağlamda, özgürlüğün şiddetle değil, barışla sağlanması gerektiğini anlatan film, sanat yapmanın limitini kaldırarak tarihsel süreçte yaşananların altını çizer.

Sonuç ve Değerlendirme

Modernizmin post-modernizme evrilmesiyle, kimlik yapısal olarak dönüşmeye başladı; tüketim ve bireycilik anlayışlarında değişim yaşandı. Görecelik, belirsizlik ve farklılık kavramlarının yeniden çizildiği bir toplum yapısı ortaya çıktı. Şiddetin kademeli olarak artırılması toplumların şiddet algısının değişmesi de bunu beraberinde getirdi.

İletişim sorunu yaşayan, tam olarak gelişmemiş ülkeler diktatörlüğün etkisinde kalarak şiddete başvurdular, diğer taraftan da şiddetin içinde şiddet kullandılar. Şiddete, şiddetle karşılık verdiler. Gazetelerin baş sayfalarını şiddet haberleri kaplarken, şiddetin etkisinde kalanlar bunu manipülatif bir biçimde pazarlamayı tercih ettiler. Şiddetin tüm dünya ile olan bağı, genişleyen pazarda kendine yer bularak teknolojik emparyalizm ve vahşi kapitalizm dijital platformların vazgeçilmezi haline geldi.

Diğer bir okumayla, teknoloji ve kapitalizmin gelişmesiyle birlikte sanatın simgesel bakış nesnesi haline gelişi, şiddetin baskınlığını yükseklere taşıdı. Dijital medya ürünleriyle kişilik tahlili yapmak ve beyin yıkamanın yanı sıra, izleyicileri subliminal olarak arzu edilen kişiye dönüştürme eylemi gizil bir özne olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu da özentî politikasıdır, manipüle edildiğimizin farkında olmadan manipüle edilirik.

Dünyadaki savaşlar, silah ticareti şiddetin tezahürüdür, bunu görsel olarak izleyen seyirci pazarlanan ürüne karşı bir yakınlık besler ve oradaki kurgusal imgelemi gerçekte yaşamak ister. Şiddet pazarlama yoluyla sürekli üretilen bir araç haline dönüşür çünkü şiddet kendini yeniden üreten bir yapıya sahiptir. Toplumsal yapının *kendini hem sosyal hem ekonomik olarak yeniden üretir*. Bu da ideolojiden kaynaklanır çünkü hep bir kaygı vardır.

Şiddet şiddetin içinden türeyerek görsel araçlarla bir gösterge halini alır ve akıl sağlığını bozar. Şiddet üzerine Ulusal Birlik tarafından yapılan değerlendirmeye göre; çocuklara yönelik pazarlanan filmler arasında en çok şiddet içeriği 133 kanlı eylem sayısı ile PG 13 kodlu "Teenage Mutant Ninja Turtles" olmuştur.

Şiddetin açtığı sonuç ise George Gerbner'a göre şöyledir:

“Kitle iletişimi dolayısıyla kurgusal görüntü ve imgelerin sınıf sınırlarının ötesine taşarcasına üretimini ve dağıtımını sağlayan teknolojilerin keşfi ve geliştirilmesi egemen sınıfların akıllarında sabit, değişik alt katmanlardaki yoksul kitleler, etnik ve ırksal azınlıklar, çocuklar ve kadınlar arasına teşvik edilen yıkıcılık, çürüme, kargaşa ve bozgunculuk hayaletinin doğmasına yol açmaktadır. Bu hayalet, alt katmanların zaten ellerindeki daha iyi yıkıcılık hadlerini aştıklarında egemen sınıf karşularına dikilmektedir. Şiddet, ahlakın yerleşik normlarını tehdit eden yıkıcılık olasılıklarına odaklanmaktadır.” (Gerbner, 2014: 340).

Medyanın şiddet temsili ile ilintili olan George Gabner'ın “Kültivasyon Analizi” şiddetin etkilerini araştırarak şiddet görüntülerini izleyip haz alan izleyenlerin “acımasız dünya sendromu” gösterdiklerini ortaya koymuştur. Günümüzde şiddetin aşırı bir şekilde yaşandığı *Incels* “istemsiz sübvansiyonlar” ın bir örneğidir ve şu argümanı içermektedir: *Incels* grubuna dahil olanlar kadınları arzu etmelerine karşın kendilerine romantik veya cinsel bir ortak bulamamış bir çevrimiçi alt kültür olan şiddet grubu maskülin ideolojiyi meşrulaştırmaya çalışarak ellerine silahlar alıp kadınları öldürürler ve bu mesele medyada kendine bir yer edinmektedir.

Dr. Serap Altekin şiddeti şu şekilde tanımlamaktadır. *“Şiddeti uygulayanı kahramanlaştırmak, mafyalığı, zorbalığı yüceltmek, şiddeti ve saldırganlığı etki ve sonuçlarından kopuk olarak sunmak, cezasız kaldığını göstermek, şiddeti bir haz unsuru olarak sunmak, şiddeti romantizmin veya tutkunun bir tezahürü olarak sunmak bunların hepsi şiddetin ve saldırganlığın toplumda yaygınlaşmasına hizmet eden şeyler. Şiddet bir halk sağlığı sorunudur ve politiktir” (Altekin, 2019)*

Şiddet kişi ve kişilerin içindeki dürtüleri ve arzuları harekete geçirerek topluma olumsuz örnek olur ve toplumun bilinç düzeyini bozar, yani toplumu huzurdan uzak tutar. Medya aracılığıyla ise şiddet katlanarak varlığını meşrulaştırır. Bu bağlamda, “birey kültür endüstrisinin kendisine sunduğu ürünlerdeki şiddet, kan, ihtiras, entrika vs. tüketim yoluyla, psikolojisine ağır tahripler alır. Olaylara karşı duyarsız ve umarsız hale gelen bireyler, gerçek hayatta gözünün önünde işlenen bir cinayeti, televizyon ekranından izlercesine duyarsız hale gelmekte; gerçek savaş görüntülerini, Hollywood ürünü bir filmi izlercesine tepkisiz kalmaktadır. Psikolojik olarak yıpranan birey, duyarsızlık yoluyla kendini ayakta tutmaya çalışmaktadır.” (Bilsin, 2007:69). Buradan hareketle, Adorno'nun şiddetin medya aracılığıyla kanıksanmış tezinin mantıklı olduğundan söz edebilir. Eğlenceye, tüketime, meşrulaştırmaya ve psikolojik soruna dönüşen şiddetten alınan haz izleyiciye karşı şiddete dönüşmüştür.

Kaynakça

- Özarlan, Z. (2019). Beyazperdeyi Aydınlatan Kuramcılar. Sinema Kuramları 1
- Gerbner, G. (1996). Medyaya Karşı. Çev: Güneş Ayas & Veysel Batmaz & İsmail Kovacı
- Arendt, H. (2018). Şiddet Üzerine. Seçme Eserler 6.
- Giddens, A. (2018). Modernliğin Sonuçları. Çev: Ersin Kuşdil
- Gül, M. E. & Sepetçi, T. (2018). Sinemada Şiddetin Estetize Edilmesi: Zincirsiz ve Birkaç Dolar İçin Filmlerinin Metinler Arası Karşılaştırması. *Abant Kültürel Araştırmalar Dergisi*, 3(5): 21-42.
- Kasap, F., Mırçık, A., & Dolunay, A. (2018). Medyada Şiddetin Yeniden Üretimi: Türkiye Ana Haber Bültenleri Üzerine Bir İnceleme. *Journal of History Culture And Art Research*, 7(1), 684-699. Doi: [Http://Dx.Doi.Org/10.7596/Taksad.V7i1.1414](http://dx.doi.org/10.7596/Taksad.V7i1.1414)
- Çelebi, A. (2010). Şiddetin Eleştirisi Üzerine. Çev: Ege.G.Çelebi
- Atayman, V. (2019). Şiddetin Mitolojisi Uluslararası Toplum ve Kültür Çalışmaları Dergisi-Nosyon: *International Journal Of Society And Culture Studies* 2019, 2, 34-49
- Berger, J. (2019). Görme Biçimleri. Çev: Yurdanur Salman
- Oktay, O., Barkın & Özkartal, M. (2018). Göstergebilimsel Çözümleme Yöntemiyle Kadına Yönelik Şiddet Afişlerinde Anlam Aktarımı Sorunu. *Tübad Cilt 3, Sayı 2, Aralık, 2018*
- Sertalp, E. (2016). Hacettepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Kültürel Çalışmalar Dergisi 2016, 3(2): 385-408 Issn: 2148-970x. Doi: [Https://Doi.Org/10.17572/Mj2016.2.385408](https://doi.org/10.17572/Mj2016.2.385408)
- Yavuz, N. (2009). Şiddet Olgusunun 1980 Sonrası Çağdaş Sanat Eserlerine Yansıması. Güzel Sanatlar Enstitüsü Resim Ana Sanat Dalı Sanatta Yeterlik Tezi
- Erten, Y. & Ardalı, C. (1996). Saldırganlık, Şiddet ve Terörün Psikososyal Yapıları, *Cogito*, 1996. Şiddet, Sayı: 6-7 2. Baskı
- Moses, R. (1996) Şiddet Nerede Başlıyor. Çev: Ayşe Kul. *Cogito Şiddet Sayı: 6-7 2. Baskı*
- Keskin, F. (1996). Foucault'da Şiddet ve İktidar. *Cogito Şiddet Sayı: 6-7 2. Baskı*
- Walter, E. V. (1996). Montesquieu'den Teröristlere Şiddet Politikaları, Çev: İpek Babacan, Şiddet, *Cogito*, sayı: 6-7.
- Akay, A. (2010). Postmodernizmin Abc'si, Say Yayınları, 1. Baskı.
- Borges, J. L. (1990). Bordie Raporu, Önsöz, İletişim Yayınları, Çev: Münir H. Göle, 1. Baskı,
- Scognamillo, G. (1996). Şiddet, Toplum, Birey ve Kan, 1996, *Cogito*

- Kıraç, R. (2001) Yeni Sağdan Teröre: Amerikan Sineması, *E Aylık Kültür ve Edebiyat Dergisi*, 31.
- Kıraç, R. (2019). Kifayetsiz Pastoral. Türkiye Sinemasına İdeolojik Bir Bakış, İthaki Yayınları, 1. Baskı.
- Kutlu, K. (1996). Quentin Harikalar Diyarında: Tarantino Sinemasında Şiddet, *Cogito*, Sayı: 6-7.
- Mandel, E. (1996). Hoş Cinayet. Polisiye Romanın Toplumsal Bir Tarihi. Çev: N. Saraçoğlu, Yazın Yayıncılık, 2. Baskı.
- Tecimer, Ö. (2005). Sinema Modern Mitoloji, Plan B Yayınları, 2005, İstanbul, 1. Baskı
- Chuk, P. (2002). Cnn İnternet Sohbet, 28 Ekim 1999, Çev: Elif Özsayar. *E Aylık Kültür Edebiyat Dergisi*, 39.
- Adorno & Horkheimer (1996). Aydınlanmanın Diyalektiği: Felsefi Fragmanlar 2. Çev: Oğuz Özügül

**Avrupa Sosyal Şartı Çerçevesinde Türkiye’de Kadın İşgücünün Değerlendirilmesi:
Eskişehir Özel Sağlık Sektörü Örneği**

**An Evaluation of Female Labor Force in Turkey within the Context of the
European Social Charter: A Case Study For Private Health Sector in Eskisehir**

Dr. Dilara Ünüvar Ünlüoğlu - Doç. Dr. Zerrin Sungur Taşdemir†*

Başvuru Tarihi: 04.12.2019

Kabul Tarihi: 13.02.2020

Özet

Bu çalışmanın amacı; Türkiye’de kadın işgücünün bulunduğu konumu ve nitelikleri Eskişehir yerinde sağlık sektöründe özel kesim çalışanları üzerinden ele alarak, mevcut problemlerin tespiti ve giderilmesi için gereklilikleri, Avrupa Sosyal Şartı çerçevesinde analiz ederek bu konuda Türkiye’nin bulunduğu nokta ve atılabilecek adımlar konusunda gerekliliklere ışık tutmaktır.

Araştırmanın evreni, Eskişehir’deki sağlık sektörü özel kesim çalışanları, örnekleme ise; evren içerisinden kota örnekleme yöntemiyle tespit edilmiş, dört farklı kurumdan toplam 352 kişilik sağlık personelidir. Yarı yapılandırılmış görüşme formu içerisinde; verilen ifadeler katılımcıların katılıp katılmadıklarına ilişkin uygulanan Likert ölçeğinin Cronbach Alfa değeri 0,605 olarak ve kadınların işyerlerinde yaşamaları olası olguların yaşanma sıklıklarına dair uygulanan sıralı ölçeğin Cronbach Alfa değeri ise 0,886 olarak hesaplanmıştır. Tanımlayıcı faktörlerin birbirleriyle aralarında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla uygulanan Ki-Kare testlerinin anlamlılık düzeyi ise ‘ $p < 0,05$ ’ olarak kabul edilmiştir.

Araştırma bulguları olarak, Türkiye’de kadınların çalışma hayatlarında dezavantajlı konumlarının devam ettiği ve ASS’ın çekince konulan Engellilerin Toplumsal Yaşamda Bağımsız Olma, Sosyal Bütünleşme ve Katılma Hakkı, Güvenli ve Sağlıklı Çalışma Koşulları Hakkı, Adil Çalışma Koşulları Hakkı, Adil Bir Ücret Hakkı, Örgütlenme Hakkı, Toplu Pazarlık Hakkı, Çocukların ve Gençlerin Korunması Hakkı ile Çalışan Kadınların Analığının Korunması Hakkı maddelerine ilişkin tam entegrasyonun sağlanmasının daha eşitlikçi bir çalışma hayatı sağlayacağı tespit edilmiştir.

* dilaraunuvar@anadolu.edu.tr, ORCID: xxxx xxxx

† Anadolu Üniversitesi İİBF, zsungur@anadolu.edu.tr, ORCID: 0000-0002-0106-8600

Anahtar Sözcükler: Kadın İşgücü, Kadın İstihdamı, Avrupa Sosyal Şartı, Ataerkil İdeoloji, Toplumsal Cinsiyet

Abstract

This study that is applied in Turkey, Eskisehir within private sector employees on the health sector aims to sort out the situation of female labor and its qualifications in Turkey and requirements by analyzing the European Social Charter.

The population of this study is private sector employees in the health sector in Eskişehir and the sample that is determined by quota sampling method within the administrative, health and auxiliary groups of both all male and female workers is 352 personnel from four different institutions. In the semi-structured interview form of the research; Cronbach's Alpha value of the Likert scale is measured as ,605 and the Cronbach's alpha value of another sequential scale which is related with the rate of incidence of potential cases for female workers at their work places is calculated as ,886. The significance level of the Chi-Square Tests which are applied to determine whether there is a statistically significant relationship between the descriptive factors is accepted as $p < 0.05$.

The findings show that the disadvantageous situation of women still continues and the full integration to the European Social Charter's clauses which are especially made reservation by Turkey such as The Right of Persons with Disabilities to Independence Social Integration&Participation in the Life of the Community, The Right to Safe&Healthy Working Conditions, The Right to Just Conditions of Work, The Right to a Fair Remuneration, The Right to Organise and Bargain Collectively, The Right of Children&Young Persons to Protection, The Right of Employed Women to Protection of Maternity is significant to supply an egalitarian working life.

Keywords: Female Labor, Female Employment, European Social Charter, Patriarchal Ideology, Gender

Giriş

Ülkelerin kalkınmalarının ve siyasi güçlerinin ekonomik alt yapılarına bağlı olduğu göz önüne alındığında, bunun da doğrudan işgücü yönetiminde başarılı olmaktan geçtiğini düşünmek olağandır. Bu başarı da ancak işgücü piyasalarındaki mevcut durum ve sorunların doğru anlaşılmasıyla mümkün görünmektedir. Öte yandan ülkelerin gelişmişlik düzeyleri incelenirken insan haklarının yanı sıra işgücüyle cinsiyet ilişkisinin yorumlanması da önemli bir sosyal parametre olarak kabul edilmektedir. Kadının, bu tablo içerisindeki konumunun en doğru şekilde anlaşılması, iyileştirme süreci açısından gereklilikleri daha doğru ve hızlı gözlemleyebilmeyi sağlayacağı için bu sorunların tespiti ve çözümüne ilişkin uluslararası aktörlerin de çeşitli argümanları mevcuttur. Örneğin, Uluslararası Çalışma Örgütü (ILO), Birleşmiş Milletler (BM) ve Avrupa Birliği'nin (AB) konuya dair çok çeşitli uluslararası sözleşmeleri, kanun maddeleri, tavsiye ve direktiflerinin varlığı bilinmektedir.

Benzer şekilde insan hakları konusunda çok sayıda sözleşmesi ve protokolü bulunan Avrupa Konseyi'nin bu alandaki düzenlemelerine bakıldığında; 1961 yılında Torino'da imzalanan Avrupa Sosyal Şartı (ASS)'nin temelde sivil ve siyasal haklara yer veren ve Konsey'in birinci kuşak insan hakları olarak kabul edilen sivil ve siyasal hakları güvence altına alan İnsan Hakları Avrupa Sözleşmesi (IHAS- 1950)'nin ekonomik ve sosyal alandaki karşılığı olarak karşımıza çıktığını söylemek mümkündür. ASS çerçevesinde, işgücü piyasasında yaşanan çeşitli sorunların önüne geçilebilmesi ve belli normların global olarak sağlanarak evrensel bir çalışma kalitesi yakalanması amacıyla; istihdam edilebilirliğin artırılması, fırsat eşitliğinin sağlanması, ücret veya yükselmede ayrımcılığın yasaklanması gibi ilkeler temel olarak belirlenmiştir. Avrupa Sosyal Şartı'nı 1961 yılında imzalayan ilk 16 ülke arasında Türkiye de yer almaktadır. 1961 yılında Torino'da imzalanan ve 1965 yılında yürürlüğe giren çalışma ilişkileri, toplumlar ve sosyal haklar gibi kavramların adeta kavşak noktası olarak kabul edilebilecek bu ASS, sendikalaşma, toplu pazarlık ve grev ile çalışma hakkı gibi çeşitli sosyal hakları güvence altına almaktadır (Çelik, 2005, s.366).

Yıllar içinde değişen toplumsal dinamikler ve çalışma ilişkileri değerleri, bu Şart'a bazı düzenleme ve ilave ihtiyaçları doğurmuştur. Bu çalışmalar neticesinde bugünkü nihai halini alan ve Gözden Geçirilmiş ASS olarak anılan düzenlemeye dair TBMM'nin resmi yayınında; Şart'ın yeni kuşak sosyal hakları da içeren çağdaş bir sosyal belge olduğu vurgulanmaktadır (TBMM, 2018, s. 40).

Ancak 1961 yılında imzalanan ASS, Türkiye'de 28 yıl sonra 1989'da sendikal haklar dahil pek çok maddesine çekince konarak onaylanmış ve yürürlüğe girmiş durumdadır. 9 Nisan 2007 tarih ve 26488 sayılı Resmi Gazete'ye göre, 1961 ASS'nin Türkiye tarafından çekince konan maddeleri:

* *Adil Çalışma Şartları Hakkı (M.2),*

* *Güvenli ve Sağlıklı Çalışma Koşulları Hakkı (M.3),*

* *Adil Ücret Hakkı (M.4),*

* *Sendika Hakkı (M.5),*

* *Toplu Pazarlık Hakkı (Grev Hakkı Dahil) (M.6),*

* *Çocukların ve Gençlerin Korunma Hakkı (M.7),*

* *Çalışan Kadınların Korunması (M.8),*

* *Bedensel ya da Zihinsel Özürlülerin Mesleksel Eğitimi Hakkı ve Mesleksel ve Yeniden Uyum Hakkı (M.15) şeklindedir.*

Bu çekincelerle birlikte kadının durumunun, zaten hali hazırdaki toplumsal cinsiyet algısı ve dezavantajlı konumunun da etkisiyle, işgücü piyasalarında daha da kötüye gidebileceğini söylemek mümkündür. Bu sebeple ASS'nin çekincesiz onaylanması

Türkiye'nin çalışma şartları konusunda Avrupa standartlarını yakalamak olarak yorumlanabilecektir.

Tüm bu sebeplerle, Şart kapsamında ülkemizin mevcut durumunu analiz etmek, hem toplumsal anlamda çağdaş toplumların çalışma ilişkilerinin standartlarını yakalamamıza hem de hukuksal anlamda eksiklerin tespit edilip daha sosyal bir hukuk devleti olma yolunda atılabilecek adımları saptamakta önemli ve gereklidir. Ancak bu çalışmada toplu pazarlıktan sendikalaşmaya, kadından yaşlılara kadar pek çok farklı noktaya dokunan Şart, Türkiye kapsamında ve 'kadın' perspektifinden sınırlandırılarak ele alınacaktır.

Amaç ve Yöntem

Araştırmanın amacı, Türkiye'de kadın işgücünün bulunduğu konumu ve nitelikleri Eskişehir yerelinde sağlık sektöründe özel kesim çalışanları üzerinden ele alarak ortaya koymaya çalışmak, mevcut problemlerin tespiti ve giderilmesi için gereklilikleri, Avrupa Sosyal Şartı çerçevesinde analiz ederek bu konuda Türkiye'nin hangi noktada bulunduğu ve bundan sonrası için de nelerin yapılabileceği konusunda gerekliliklere ışık tutmaktır.

Sağlık sektörünün seçilmesinin nedeni; sağlık sektörünün, kadın çalışan oranının en yüksek olduğu sektörlerden biri olmasıdır. Türkiye'deki diğer sektörler düşünüldüğünde, içindeki kadın ve erkek personel dağılımının birbirine en yakın oranda seyreden sektörlerden biri olarak kabul edilebilir durumdadır. Zira genel anlamda tüm kamu ve özel sağlık sektörü çalışanlarının % 41,2'si kadın iken, bu oran % 58,8 erkek çalışan oranına oldukça yakın bir seviyede gözlemlenmektedir (T.C. Sağlık Bakanlığı, 2017, s.29).

Ayrıca genel anlamda 'çalışan hakları' ya da daha özel anlamda 'kadın ve erkek çalışanların eşitliği ile çalışan haklarının uygulanması' gibi noktalarda, kamuya oranla suistimale daha açık bir pozisyonda olmasından ötürü, sağlık sektörünün 'özel kesim çalışanları' çalışmanın evreni olarak tercih edilmiş durumdadır. Araştırma, Eskişehir'deki sağlık sektörü özel kesim çalışanları olmakla birlikte söz konusu görüşme formu hem kadın hem de erkek çalışanlara uygulanarak konunun karşı cins perspektifinden görünüşü de tespit edilmeye çalışılmıştır. Örnekleme ise; izin alınamayan bir kurum ile kendi nam ve hesabına çalışan eczacılar dışında, sağlık sektörü özel kesim çalışanlarından kadın ve erkek olmak üzere tüm *idari personel, sağlık personeli ve yardımcı personel* meslek gruplarından toplam 352 kişilik bit katılımcı grubudur.

Bu çalışmada yarı yapılandırılmış bir görüşme formunun uygulanmasıyla nitel verilerin de toplanması amaçlanmıştır. Böylelikle, nicel verilerle ortaya konacak bulgulara ilaveten, açık uçlu sorulara alınacak yanıtlarla birlikte konuya ilişkin nitel verilerin de elde edilmesi ve değerlendirmeye katılması amaçlanmıştır. Araştırma kapsamında yarı yapılandırılmış görüşme formu, katılımcılara araştırmacı tarafından bizzat yüz yüze uygulanmış ancak nadiren (özellikle iş yoğunlukları sebebiyle acil birim ve yoğun bakım

çalışanlarına) doldurması için bırakılıp takip eden günlerin birinde geri alınmıştır. Araştırma için gerekli izinler, Eskişehir İl Sağlık Müdürlüğü'nden alınmış olup, veri toplama aracı Ocak-Nisan 2018 tarihleri arasında katılımcılara uygulanmıştır.

Bulgular ve Tartışma

Gözden Geçirilmiş Avrupa Sosyal Şartı'nı düzenlediği haklara dair ilk olarak literatürde farklı gruplandırma tipleri görülse de, bu çalışmada Şart'ın tüm maddelerinin dört alt başlık halinde gruplandırıldığı dağılım üzerinden bulgular ele alınacaktır. Bu ana gruplar;

1. *Çalışma, Eğitim, Fırsat Eşitliği,*
2. *Sağlık, Sosyal Güvenlik ve Sosyal Koruma,*
3. *Çalışanların Hakları,*
4. *Çocuklar, Aileler ve Göçmenler* şeklindedir (Ataman, 2010, s.48-49).

Burada birinci grup olan '*Çalışma, Eğitim ve Fırsat Eşitliği*' başlığı altında 8 farklı hakkı mevcuttur. Bunlar; *Çalışma Hakkı (Madde 1)*, *Mesleki Rehberlik Hakkı (Madde 9)*, *Mesleki Eğitim Hakkı (Madde 10)*, *Engellilerin Toplumsal Yaşamda Bağımsız Olma, Sosyal Bütünleşme ve Katılma Hakkı (Madde 15)*, *Diğer Sözleşmeciler Tarafından Ülkelerinde Gelir Getirici Bir İş Edinme Hakkı (Madde 18)*, *İstihdam ve Meslek Konularında Cinsiyete Dayalı Ayrım Yapılmaksızın Fırsat Eşitliği ve Eşit Muamele Görme Hakkı (Madde 20)*, *İş Sözleşmesinin Sona Erdiği Durumlarda Korunma Hakkı (Madde 24)* ve *İşverenlerinin İflası Halinde Çalışanların Haklarının Korunması Hakkı (Madde 25)* şeklindedir (Ataman, 2010, s.48-49).

Bu grupta ele alınan haklardan kadın ve çalışma hayatındaki kadınla doğrudan ilişkili olanları değerlendirmek gerekirse, ilk olarak *Çalışma Hakkı (Madde 1)*'i ele almak mümkündür. Bu hak kapsamında çalışma hayatındaki tüm ayrımcılık biçimlerinin yasaklanması ve ortadan kaldırılması ile zorla ya da zorunlu çalıştırmanın da yasaklanmasının ifade edildiği düşünülebilir. Zira Avrupa Sosyal Haklar Komitesi'ne göre; istihdam sürecinde etkiye sahip diğer bütün dinamiklerin yanı sıra cinsiyet, ırk, etnik köken, din, engellilik, cinsel yönelim ve politik görüşe dayanan herhangi bir ayrımcılık yasaklanmalıdır (Ataman, 2010, s.48-49). Şart'ın bu maddesi ayrıca Şart'ın diğer maddeleriyle, özellikle de aynı hak grubunda yer alan *İstihdam ve Meslek Konularında Cinsiyete Dayalı Ayrım Yapılmaksızın Fırsat Eşitliği ve Eşit Muamele Görme Hakkı (Madde 20)* ile de bağlantılıdır. Sözleşmeciler tarafın bu maddeleri kabul etmesi durumunda, kadınlarla ilgili olarak istihdamdaki veya işgücü piyasasındaki yaşanılması muhtemel tüm dolaylı veya doğrudan ayrımcılıklar bu maddeler kapsamında değerlendirilmektedir.

Türkiye'nin bu ilk hak grubundaki sekiz maddeden sadece *Engellilerin Toplumsal Yaşamda Bağımsız Olma, Sosyal Bütünleşme ve Katılma Hakkı (Madde 15)*'na çekince

koyduğu bilinmektedir. Ancak bu madde doğrudan araştırmanın konusu kapsamında düşünülmediğinden burada Şart'ın ilk hak grubu çerçevesinde olan; *Çalışma Hakkı (Madde 1)*, *Mesleki Rehberlik Hakkı (Madde 9)*, *Mesleki Eğitim Hakkı (Madde 10)* ve *İstihdam ve Meslek Konularında Cinsiyete Dayalı Ayrım Yapılmaksızın Fırsat Eşitliği ve Eşit Muamele Görme Hakkı (Madde 20)* ile ilişkili olabilecek şekilde sağlık sektöründe kadın çalışanların işe kabulü aşamasında, mesleki eğitim olanaklarında ve iş yapış dönemlerinde herhangi bir ayrımcılığa maruz kalıp kalmadıklarına yönelik bulgular ele alınacaktır.

Araştırmada, Cronbach Alfa değeri 0,886 olarak hesaplanan güvenilir ordinal ölçeğe göre, kadınların işyerlerinde karşılaşmaları olası olarak verilen olgulardan;

* *Kadınların işe kabul edilirken, erkek adaya oranla kadın olduğu için daha az tercih edilmesi,*

* *İşveren tarafından mesleki eğitimlerde kadın çalışanların erkek çalışanlara göre ikinci planda tutulması* ifadeleri, kadın katılımcılarca sıklıkla yaşandığı şeklinde yanıtlanmıştır.

Tablo 1. Kadın Çalışanların Çalışma Hayatlarında Karşılaşmaları Muhtemel Bazı Olguların Düşünülen Yaşanma Sıklıklarının Cinsiyete Göre Dağılımı

	KADIN (%)					ERKEK (%)					p
	Asla	Nadiren	Ara sıra	Sık sık	Her zaman	Asla	Nadiren	Ara sıra	Sık sık	Her zaman	
Kadınların işe kabul edilirken daha az tercih edilmesi	43,8	24,6	20,1	10,1	1,4	54,4	22,8	15,8	3,5	3,5	,265
Kadınların mesleki eğitimlerde erkek çalışanlara göre ikinci planda tutulması	45,7	24,8	18,7	8,7	2,1	68,4	17,5	12,3	1,8	0	,023

Tablo 3.1'de de görüldüğü üzere; yaşandığı düşünülen sıklık derecesi kapsamında *Kadınların işe kabul edilirken, erkek adaya oranla kadın olduğu için daha az tercih edilmesi* durumu kadın katılımcılarca % 10,1 seviyesinde 'Sık sık' ve % 20,1 oranında 'Ara sıra' şeklinde yanıtlanmışken, erkek katılımcılar ise % 54,4 gibi yüksek seviyede 'Asla' bu gibi eşitsiz durumun mevcut olmadığını düşünmektedirler. Yine de burada dikkat çeken bir başka bulgu ise; olgunun erkek katılımcılarca da % 3,5'lik düşük bir oranla olsa dahi, 'Her zaman' sıklık derecesinde gözlenen bir olgu olarak kabul edilmiş olmasıdır.

Aynı grup kapsamındaki haklar ile ilişkili olarak, veri toplama aracındaki Cronbach Alfa değeri 0,605 olarak hesaplanan güvenilir Likert ölçeğe göre ise; ‘İşyerinde kadın ve erkek işe alınma konusunda eşit şansa sahiptir.’ ifadesi, kadın katılımcılar tarafından % 34 seviyesinde desteklenmezken, erkek katılımcılar da % 29,3’lük bir oranla bu olguya katılmamaktadırlar. Bu olgu, kadın katılımcıların % 45,6’sı tarafından ve erkek katılımcıların % 36,2’si tarafından ‘Katılıyorum’ olarak cevaplanmış olmakla birlikte, kadın katılımcıların % 20,4’ü ve erkek katılımcıların % 34,5’i olguya dair fikrim yok yanıtı vermiş durumdadır. Bu bulguların, erkeklerin de (daha düşük oranda da olsa) tıpkı kadınlar gibi, kadınların işe alımlarda eşit şansa sahip olmadıklarının farkında olduklarını gösterir durumdadır.

Aynı hak grup kapsamında değerlendirilen *Mesleki Rehberlik Hakkı (Madde 9)* ve *Mesleki Eğitim Hakkı (Madde 10)*’na dair ise; devletlerin aşağıdaki hususları temin etmeleri gerektiği vurgulanmaktadır (The Council of Europe, 2008, s.75):

- *Mesleki lise eğitimi, meslek yüksekokulu ve üniversite arasında bir köprü oluşturulması,
- *Bir nitelik elde etmek ya da genel, teknik ve üniversite yüksek eğitimine erişim elde etmek için eğitim/çalışma faaliyetleri bağlamında deneyim kazanmak ve bilginin tanınması/onaylanması için mekanizmaların sunulması,
- *Emek piyasasıyla profesyonel bütünleşme perspektifinden hareketle genel lise eğitiminin ve genel yüksek eğitim niteliklerini temin etmeye yönelik önlemlerin alınması,
- *Sürekli mesleki eğitim ve öğretim verilmesi yoluyla niteliklerin tanınması için mekanizmaların sunulması.

Bu iki hak kapsamında, kadınların eğitime sınırlı erişimleri ve bunun olumsuz sonuçları engellenmeye çalışılmaktadır. Kadınların eğitime erişimi hem daha vasıflı işlerde istihdam edilmelerinin önünü açacağından hem de toplumsal cinsiyetin dinamiklerinden biri olan cam tavanı aşma noktasında etkili olacağından önemli olarak değerlendirilmektedir.

Ayrıca araştırmada, mesleki eğitimlerde kadın ve erkek eşitliğinin uluslararası araçlar tarafından çalışma hayatında öncelik verilmesi gereken bir konu olarak tespit olmasına dair literatürdeki çalışmalara (Bolcan, 2010, s. 257-258; Council of Europe, 2000, s. 26; The Council of Europe, 2008, s. 75; European Committee of Social Rights, 2008, s.127; Süral, 2002, s.21) paralel bulgulara da ulaşılmıştır. Öyle ki Tablo 3.1’de de görüldüğü üzere; kadınların mesleki eğitimlerde ikinci planda tutulmasına ilişkin sıklık yanıtları ile cinsiyetler arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiş durumdadır ($p=,023$). Bu olgu yine yüksek oranlarda ‘Asla’ gözlemlenmeyen bir durum olarak ifade edilse de, kadınların % 8,7’si için sıklıkla yaşanan bir durum olarak ifade edilmektedir.

GG-ASS'nın ilk hak grubu kapsamında değerlendirilen diğer bir hak olan *İstihdam ve Meslek Konularında Cinsiyete Dayalı Ayrım Yapılmaksızın Fırsat Eşitliği ve Eşit Muamele Görme Hakkı (Madde 20)*, yukarıda da bahsedildiği gibi bu gruptaki ilk olan *Çalışma Hakkı (Madde 1)* ile de ilişkilendirilebilir durumdadır. Bu maddeye göre, bütün işçiler istihdam ve iş konularında cinsiyete dayalı ayrımcılık olmaksızın eşit fırsat ve eşit muamele görme hakkına sahiptir. Şart'ın 20. maddesinin 1. paragrafına göre; istihdam ve iş konularında cinsiyete dayalı ayrımcılık olmaksızın eşit fırsat ve eşit muamele görme hakkının etkili bir biçimde kullanılmasını sağlamak amacıyla, sözleşmeciler taraflar bu hakkı tanımayı ve bunun aşağıdaki alanlarda uygulanmasını sağlamak ve teşvik etmek için uygun önlemler almayı garanti etmektedirler (European Committee of Social Rights, 2008, s.127):

- * İşe giriş, işten çıkarılmaya karşı korunma ve yeniden işe yerleştirilme süreçleri,
- * Mesleki yönlendirme, eğitim, yeniden eğitim ve iyileştirme süreçleri,
- * İstihdam koşulları ve ücreti de kapsayan çalışma koşulları,
- * Yükselmeyi de kapsayan meslekte ilerleme.

Böylelikle ikincil konumda kaldığı düşünülen kadın işgücü, işe kabul edilmede ve akabinde iş yerinde yükselmede dezavantajlı durumdan çıkartılmaya çalışılmaktadır.

Bu grupta ele alınan diğer haklardan olan *Engellilerin Toplumsal Yaşamda Bağımsız Olma, Sosyal Bütünleşme ve Katılma Hakkı (Madde 15)* ile *Diğer Sözleşmeciler Tarafların Ülkelerinde Gelir Getirici Bir İş Edinme Hakkı (Madde 18)*'nin kadınlarla veya çalışma hayatında varlık gösteren kadınlarla doğrudan ilişkili olduğunu söylemek güç olsa da, yine de Şart kapsamında sosyal hakların iyileştirilmesi noktasında önemli oldukları kabul edilebilir.

İlk grup kapsamında, tüm çalışanları koruyan son iki haktan birincisi olan *İşverenlerinin İflası Halinde Çalışanların Haklarının Korunması Hakkı (Madde 25)* genel bir öneme haiz iken, *İş Sözleşmesinin Sona Erdiği Durumlarda Korunma Hakkı (Madde 24)* özellikle ikincil ve ucuz işgücü olarak görülen kadın çalışanlar üzerinde ayrıcalıklı bir öneme sahip olarak görülmektedir. Örneğin; analık haklarından kaynaklı iş sözleşmesinin haksız feshi gibi uygulamalar, kadın çalışanların bu alanda korunuyor olmalarının daha anlamlı olacağını gösterir vaziyettedir. Zira işverence iş sözleşmelerini sona erdiren nedenler kadınların analıkla ilgili olan hakları sebebiyle olsa bile, uygulamada bu gerekçeler biçim değiştirerek farklı dinamiklerin bahaneleri şeklinde gösterilebilmektedir.

Şart'ın düzenlediği ikinci hak grubu olan '*Sağlık, Sosyal Güvenlik ve Sosyal Koruma*' kapsamında bakıldığında düzenlenen haklar; *Güvenli ve Sağlıklı Çalışma Koşulları Hakkı (Madde 3)*, *Sağlığın Korunması Hakkı (Madde 11)*, *Sosyal Güvenlik Hakkı (Madde 12)*, *Sosyal ve Tıbbi Yardım Hakkı (Madde 13)*, *Sosyal Refah Hizmetlerinden Yararlanma*

Hakkı (Madde14), Yaşlıların Sosyal Korunma Hakkı (Madde 23), Toplumsal Dışlanma ve Yoksulluğa Karşı Korunma Hakkı (Madde 30) şeklindedir (Ataman, 2010, s.48-49).

Şart ile koruma altına alınan hakların ikinci grubu olarak değerlendirilen bu haklardan ilk ikisi olan *Güvenli ve Sağlıklı Çalışma Koşulları Hakkı (Madde 3) ve Sağlığın Korunması Hakkı (Madde 11)* kapsamında, kadınların işyerlerinde sözlü veya fiziksel tacize maruz kalabiliyor olmaları bağlayıcı olarak değerlendirilebilir. Ancak burada *Güvenli ve Sağlıklı Çalışma Koşulları Hakkı (Madde 3)*'na Türkiye tarafından çekince konulmuş olması önemlidir.

Araştırmada, Cronbach Alfa değeri 0,886 olarak hesaplanan güvenilir ordinal ölçeğe göre kadınların işyerlerinde cinsel tacize maruz kalma olgusu için erkek katılımcılar, kadınların işyerlerinde cinsel tacize maruz kalma sıklığını % 45,6 seviyesinde 'Asla' olarak yanıtlarken, aynı olgunun kadın katılımcılarca % 51,2 seviyesinde 'Asla' yanıtlanması dikkat çekici bir bulgudur. Bu bulguya dair kadının erkekten daha yüksek bir oranda cinsel tacize dair 'Asla' düzeyinde yaşanma sıklığı belirtmesinin psikolojik veya sosyolojik pek çok farklı nedeni olduğunu ön görmek kuşkusuz ki mümkündür. Konuya dair verilen sıklık yanıtlarının cinsiyete göre detaylı dağılımları ise aşağıdaki tabloda görülmektedir:

Tablo 3.2. Kadın Çalışanların Çalışma Hayatlarında Tacizle Karşılaşmalarına İlişkin Düşünülen Yaşanma Sıklıklarının Cinsiyete Göre Dağılımı

	KADIN (%)					ERKEK (%)					p
	Asla	Nadiren	Ara sıra	Sık sık	Her zaman	Asla	Nadiren	Ara sıra	Sık sık	Her zaman	
Kadınların işyerlerinde cinsel tacize maruz kalması	51,2	16,3	17,6	12,1	2,8	45,6	22,8	26,3	5,3	0	,138
Kadınların işyerlerinde sözlü tacize maruz kalması	43,6	16,6	20,8	15,9	3,1	43,9	17,5	31,6	7,0	0	,142

Yine bu ikinci grup haklarla ilişkili olarak; veri toplama aracındaki Cronbach Alfa değeri 0,605 olarak hesaplanan bir diğer güvenilir Likert ölçeğe göre ise, '*Kadın çalışanlar, erkek çalışanlara göre işyerinde psikolojik ve fiziksel şiddete daha fazla maruz kalıyorlar.*' ifadesine kadın katılımcıların % 56,5'i katılırken, bu oran erkek katılımcılarca da % 34,5 seviyesinde desteklenmektedir. Bu olguya katılmama oranları ise erkekler katılımcılar arasında % 31 ve kadın katılımcılar arasında ise sadece % 20,7 seviyesinde gözlenmiş durumdadır. Literatürde değinilen çalışma hayatında kadına yönelik şiddet ve önlenmesine ilişkin düzenlemeler düşünüldüğünde (Ecevit, 2003, s. 83-84; Tınaz, 2006, s.13-28; Bolcan, 2010, s. 264; Aydın, 2003, s.21), Avrupa Sosyal Şartı'nın buna ilişkin maddelerinin Türkiye için önemi daha iyi anlaşılabilir durumdadır.

Avrupa Sosyal Şartı'nın düzenlediği ikinci grup haklar kapsamında bir diğer hak olan *Sosyal Refah Hizmetlerinden Yararlanma Hakkı (Madde14)* ile ilişkilendirilebilecek şekilde ise; saha araştırması ile elde edilen verilerde toplam katılımcıların sadece % 5,2'sinin herhangi bir sivil toplum kuruluşuna üye olduğu tespit edilmiş ve bu oranın cinsiyetler arası dağılımının da yakın sayılabilecek şekilde % 2,1 seviyesinde kadın ve % 3,2 seviyesinde erkek katılımcılar olarak gözlemlendiği tespit edilmiştir.

Bunun dışında bu hak grubu kapsamında diğer haklardan olan; *Sosyal ve Tıbbi Yardım Hakkı (Madde 13)*, *Yaşlıların Sosyal Korunma Hakkı (Madde 23)* ve *Toplumsal Dışlanma ve Yoksulluğa Karşı Korunma Hakkı (Madde 30)* birebir kadınla veya kadının çalışmasıyla doğrudan ilintili olmasalar da, genel anlamıyla kadınların toplumdaki toplumsal cinsiyet ideolojisiyle şekillenmiş baskıcı kalıpların dışına çıkmalarını kolaylaştırıcı olmaları noktasında etkili olarak kabul edilebilecek haklardır.

İkinci grup haklar kapsamında son olarak *Sosyal Güvenlik Hakkı (Madde 12)*'na ilişkin derlenen veriler; Eskişehir ili özel kesim sağlık sektörü çalışanlarının % 99,4'ünün sosyal güvence kapsamında istihdamda olduğunu göstermiştir. Bu durum literatürde karşımıza çıkan ve bu hak ile ilişkilendirilebilecek pek çok hukuksal düzenleme (Ertan, 2015, s. 29; Bolcan, 2010, s.264; Council of Europe, 2000, s.26) ile değerlendirildiğinde olumlu kabul edilebilir durumdadır.

Şart'ın düzenlediği haklar kapsamında üçüncü bir grup olarak ele alınan '*Çalışanların Hakları*' ise dokuz farklı hakkı bünyesinde toplamaktadır ve bunlar; *Adil Çalışma Koşulları Hakkı (Madde 2)*, *Adil Bir Ücret Hakkı (Madde 4)*, *Örgütlenme Hakkı (Madde 5)*, *Toplu Pazarlık Hakkı (Madde 6)*, *Bilgilendirilme ve Danışılma Hakkı (Madde 21)*, *Çalışma Koşullarının ve Çalışma Ortamının Düzenlenmesine ve İyileştirilmesine Katılma Hakkı (Madde 22)*, *Onurlu Çalışma Hakkı (Madde 26)*, *Çalışanların Temsilcilerinin İşletmede Korunma ve Kolaylıklardan Yararlanma Hakkı (Madde 28)* ve *Çalışanların Toplu İşten Çıkarma Sürecinde Bilgilendirilme ve Danışılma Hakkı (Madde 29)* şeklindedir (Ataman, 2010, s. 48-49). Türkiye, bu haklardan *Adil Çalışma Koşulları Hakkı (Madde 2)*, *Adil Bir Ücret Hakkı (Madde 4)*, *Örgütlenme Hakkı (Madde 5)* ve *Toplu Pazarlık Hakkı (Madde 6)*'na çekince koymuş durumdadır.

Üçüncü gruptaki bu haklardan; *Adil Çalışma Koşulları Hakkı (Madde 2)* ve *Adil Bir Ücret Hakkı (Madde 4)* haklarının, istihdamdaki kadınların çeşitli sebeplerle yükselmemeleri/yükseltilmemeleri problemleri, çalışma hayatlarında kadın olmaktan ötürü maruz kaldıkları sözlü / fiziksel taciz durumları, aynı işi yapıyor olmalarına rağmen erkek çalışan ile yazılı olmayan bir iş hiyerarşi içinde kalmaları ya da daha az ücret almaları gibi tüm parametrelerle ilişkili olarak düşünmek mümkündür. Yapılan saha araştırmasında da bu iki hakla ilgili olarak önemli sayılabilecek veriler tespit edilmiş durumdadır. İlk olarak veri toplama aracındaki Cronbach Alfa değeri 0,886 olarak hesaplanan güvenilir ordinal ölçek ile kadınların çalışma hayatlarında karşılaşmaları muhtemel;

* *Kadın oldukları için terfi ettirilmemeleri*

* *Kadın oldukları için aynı işi yapıyor olmasına rağmen erkek çalışandan daha az ücret/maaş alması* olgularından, kadın çalışanların kadın oldukları için terfi ettirilmemeleri durumu kadınlar tarafından % 44,3 oranında ve erkekler tarafından da % 54,4 oranında ‘Asla’ yaşanmayan bir olgu olarak belirtmişlerdir. Bu bulgunun literatürdeki çalışmalara çok da paralel bir sonuç olduğunu söylemek güçtür (Dökmen, 2006, s. 229; Gökçaya, 2011, s.139; T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü, 1999, s.44). Bu tablo, Avrupa Sosyal Şartı çerçevesinde düzenlenen *Adil Çalışma Koşulları Hakkı (Madde 2)* ile özel kesim sağlık sektörünün durumunun çok da uyumsuz olmadığı yönünde yorumlanabilir.

Bu hak grubu kapsamındaki *Adil Çalışma Koşulları Hakkı (Madde 2)* dair bir diğer bulgu ise; istihdam şekli ile çalışma süreleri arasında anlamlı bir ilişkinin tespit edilmiş olmasıdır ($p=,000$). Tablo 3.3’te de görüldüğü üzere; katılımcılardan kadrolu çalışanların % 16,4’ü günde 10 saat ve üzeri çalıştığını bildirmişken, bu oran sözleşmeli çalışan personelde % 50 seviyesinde gözlenmektedir. Ancak, istihdam şekli ile erkeklerin veya istihdam şekli ile kadınların çalışma koşulları arasında anlamlı ayrı birer ilişki tespit edilememiştir ($p= 164$).

Tablo 3.3. Kadın Çalışanların Karşılaşmaları Muhtemel Bazı Eşitsizlik Olgularının Düşünülen Yaşanma Sıklıkları ve Cinsiyet Dağılımı

	KADIN (%)					ERKEK (%)					P
	Asla	Nadiren	Ara sıra	Sık sık	Her zaman	Asla	Nadiren	Ara sıra	Sık sık	Her zaman	
Kadınların terfi ettirilmemesi	44,3	22,8	21,1	9,7	2,1	54,4	22,8	14,0	7,0	1,8	,619
Aynı işte kadınların erkeklerden daha az ücret/maaş alması	53,5	20,5	16,0	6,3	3,8	70,2	12,3	12,3	3,5	1,8	,226

Aynı işte kadınların erkeklerden daha az ücret/maaş alması olgusu için ise; yine her iki cins tarafından yüksek oranlarda (kadınlarda % 53,5 ve erkeklerde % 70,21) ‘Asla’ gözlenmediği yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Ancak yine yukarıdaki tabloda da görülebildiği gibi *Adil Çalışma Koşulları Hakkı (Madde 2)* ve *Adil Bir Ücret Hakkı (Madde 4)* kapsamında verilen olgular, erkek katılımcılarca % 1,8 seviyesinde de olsa ‘Her zaman’ kadınların maruz kaldığı durumlar olarak ifade edilmiştir.

Benzer şekilde, Cronbach Alfa değeri 0,605 olarak hesaplanan güvenilir Likert ölçeği göre; ‘*Aynı işi yapan kadın ve erkek ücretleri / maaşları eşittir.*’ ifadesine, toplam katılımcıların % 24,4’ü katılmazken, % 30,4 ‘*Katılıyorum*’ yönünde görüş bildirmiştir. Olguya katılımın cinsiyet dağılımı ise; kadın katılımcılarca % 24,8’i ‘*Katılmıyorum*’, % 44,9’u ‘*Fikrim Yok*’ ve % 30,3’ü ‘*Katılıyorum*’ şeklinde iken erkek katılımcılarca ise % 22,4 ‘*Katılmıyorum*’, % 46,6 oranında ‘*Fikrim Yok*’ ve % 31,0 oranında ‘*Katılıyorum*’

şeklinde. Burada ; ‘*Aynı işi yapan kadın ve erkek ücretleri/ maaşları eşittir.*’ ifadesine katılıp - katılmamaya ilişkin verilen yanıtlar ile cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki olduğunu söylemek de mümkün değildir ($p= ,926$). Ancak bu bulgu çerçevesinde; yüksek oranlarda fikir beyan edil(e)memesinin bir sebebi olarak, özel sektörün istihdam içindeki personellerin birbirleri ile ücret ve yan haklar gibi konularda paylaşımlarda bulunmayı baskılayan yapısı ile işverenlerin de bu durumun devamlılığının sağlanması yönündeki çabaları gösterilebilir.

Elde edilen bulgulardan bir diğeri de; bu grup kapsamındaki *Adil Çalışma Koşulları Hakkı (Madde 2)*, *Adil Bir Ücret Hakkı (Madde 4)*, *Örgütlenme Hakkı (Madde 5)*, *Onurlu Çalışma Hakkı (Madde 26)* ve *Çalışanların Toplu İşten Çıkarma Sürecinde Bilgilendirilme ve Danışılma Hakkı (Madde 29)* ile ilişki olarak düşünülebilir şekilde genel bir adaletsizliğe uğramış olmakla alakalıdır. ‘*Çalışma hayatınızda hiç adaletsizliğe uğradığınızı hissettiniz mi?*’ açık uçlu sorusuna kadın katılımcıların % 55,6’sının ‘Evet’ yanıtı vermelerine rağmen, bu oranın erkek katılımcılarda % 42,1 seviyesinde olduğu görülmüştür. Burada haksızlığa uğrayan katılımcıların ne tür haksızlıklar tecrübe ettiklerine dair verdikleri açık uçlu yanıtlar ise konuya dair detayları göstermektedir;

“*Aynı işi yapıp aynı grupta çalışıyorsunuz ama kadrolu olanlar hem az çalışıyor hem çok kazanıyor.*” (Erkek, 50)

“*Bir iş yerinde çok çalışmama rağmen hatta ondan fazla çalışanın içinde her işi bilip yapmama rağmen hak etmeyen birisi müdür yapıldı.*” (Kadın, 25)

Grup bünyesindeki *Onurlu Çalışma Hakkı (Madde 26)* ise yine düşük ücretli işlerde, kayıt dışı şekilde ve ikincil işgücü algısıyla istihdam edilen kadınların çalışma koşullarını iyileştirme yönünde önemli kabul edilebilecek bir diğer maddedir. Ayrıca bu madde içeriği kapsamında bir önceki grupta yer alan haklarla ilişkilendirilen cinsel taciz ile de ilişkili olarak kabul edilebilir durumdadır.

Aynı hak grubu kapsamında, *Örgütlenme Hakkı (Madde 5)*, *Toplu Pazarlık Hakkı (Madde 6)*, *Bilgilendirilme ve Danışılma Hakkı (Madde 21)*, *Çalışanların Temsilcilerinin İşletmede Korunma ve Kolaylıklardan Yararlanma Hakkı (Madde 28)* ile *Çalışanların Toplu İşten Çıkarma Sürecinde Bilgilendirilme ve Danışılma Hakkı (Madde 29)*’nın sadece kadın çalışanlar tekelinde ayrıca bir özellikli öneme sahip olmalarındansa, tüm çalışanlar üzerinde etkili olan bir hak grubu olduğunu söylemek daha isabetli olacaktır. Bu gruptaki özellikle *Çalışma Koşullarının ve Çalışma Ortamının Düzenlenmesine ve İyileştirilmesine Katılma Hakkı (Madde 22)* maddesini, yönetim kademesindeki kadın çalışanların azlığı ile ilişkilendirmek mümkündür. Zira yönetimde temsil edilme oranı düştükçe, kadın çalışanlar için çalışma ortamının iyileştirilmesine katılımın da düşeceğini söylemek mümkündür.

Şart’ın düzenlediği haklar bağlamında son grup olarak ele alınan ‘*Çocuklar, Aileler ve Göçmenler*’ grubunda ise:

* *Çocukların ve Gençlerin Korunması Hakkı (Madde 7)*,

- * *Çalışan Kadınların Analığının Korunması Hakkı (Madde 8),*
- * *Ailenin Sosyal, Yasal ve Ekonomik Korunma Hakkı (Madde 16),*
- * *Çocukların ve Gençlerin Sosyal, Yasal ve Ekonomik Korunma Hakkı (Madde 17),*
- * *Çalışan Göçmenlerin & Ailelerinin Korunma & Yardım Hakkı (Madde 19),*
- * *Konut Hakkı (Madde 31),*
- * *Ailevi Sorumlulukları Olan Çalışanların Fırsat Eşitliği ve Eşit Muamele Görme Hakkı (Madde 27) yer almaktadır (Ataman, 2010, s. 48-49). Bu haklardan Çocukların ve Gençlerin Korunması Hakkı (Madde 7) ile Çalışan Kadınların Analığının Korunması Hakkı (Madde 8) yine Türkiye tarafından çekinceli maddelerdendir.*

Son hak grubundaki bu haklardan *Çocukların, Gençlerin Korunması Hakkı (Madde 7) ve Çocukların ve Gençlerin Sosyal, Yasal ve Ekonomik Korunma Hakkı (Madde 17) ile Konut Hakkı (Madde 31)*'na ilişkin düzenlemeler yine birebir kadınlarla veya kadın işgücüsüyle doğrudan ilişkili olarak görülmeyebilir. Ancak burada *Çalışan Kadınların Analığının Korunması Hakkı (Madde 8)*, anne olmaktan ötürü iş kayıplarının gözlendiği özellikle özel sektördeki örneklerden hareket ile çalışan kadınların anne olmaları durumunda, özel korunma altına alması noktasında önemli olarak kabul edilmektedir (The Council of Europe, 2008, s. 67). Öyle ki Şart'ın 8. maddesinin 1. paragrafına göre; çalışan kadınların annelik durumunda korunma hakkının etkili bir biçimde kullanılmasını sağlamak amacıyla sözleşmeciler taraflar, kadınlara doğumdan önce ve sonra, ücretli izin veya yeterli sosyal güvenlik yardımı veya kamu kaynaklarından yararlandırma yoluyla toplam olarak en az on dört haftalık izin sağlamayı garanti altına almaktadırlar.

Buna kadının yerini aile içinde sınırlayan bakış açılarına ve kadını evdeki ücretsiz emeği ile işgücü piyasasındaki ücretli emeği arasında sıkışıp kalmaktan kurtarmaya yönelik olarak bu gruptaki *Ailevi Sorumlulukları Olan Çalışanların Fırsat Eşitliği ve Eşit Muamele Görme Hakkı (Madde 27)*'nin 1. paragrafına göre; ailevi sorumlulukları olan kadın ve erkek çalışanlar ve bunlarla diğer çalışanlar arasında fırsat eşitliği ve eşit muamele görme hakkının etkili bir biçimde kullanılabilmesini sağlamak amacıyla, sözleşmeciler taraflar, aşağıdaki konularda uygun önlemleri almayı garanti etmektedirler (The Council of Europe, 2008, s. 67; The Council of Europe, 2008, s.159-160):

- * Mesleki yönlendirme ve eğitim konularında alınacak önlemler de dahil olmak üzere, ailevi sorumlulukları olan çalışanların istihdam edilmesi ve istihdam edilmeye devam edilmesinin yanı sıra bu sorumluluklar nedeniyle işten ayrılanların yeniden istihdam edilmesi,
- * Çalışma koşulları ve sosyal güvenliğe ilişkin gereksinimlerinin dikkate alınması,
- * Özellikle kreş hizmetleri ve diğer çocuk bakımı ile ilgili düzenlemeler olmak üzere, kamusal ya da özel hizmetleri geliştirmek ya da teşvik etmek.

Ancak bu konuya dair yapılan saha araştırmasında; işverene dair genel kanının (Palaz, 2003, s. 87-109) aksine cinsiyet ile çalışan kadınların analık hakları sebebiyle yaşadığı iş kayıplarının sıklık dereceleri arasında anlamlı bir ilişki tespit etmiş değildir ($p= ,634$). Öyle ki, cinsiyet bazlı yanıtların dağılımına bakıldığında kadın katılımcıların da erkeklerle yaklaşık oranlarda (% 38,5 ve % 36,8) annelik izinlerinin kadınlar için iş kaybına sebep olması durumunun ‘Asla’ yaşanmadığını bildirdiklerini görmek mümkündür. Ancak yine de annelik izinlerinin kadınlar için iş kaybına sebep olması durumunu kadın katılımcıların; % 17,7’si ‘Nadiren’, % 18,4’ü ‘Ara sıra’, % 21,5’i ‘Sık sık’ ve % 6,6’sı ‘Her zaman’ gözlenen bir olgu olarak bildirdiği tespit edilmiş durumdadır.

Benzer şekilde araştırma kapsamında veri toplama aracındaki Cronbach Alfa değeri 0,605 olarak hesaplanan güvenilir Likert ölçeğe göre; ‘*Çalışan kadının doğum veya süt izni gibi annelik hakları, işini kaybetme riski oluşturur.*’ ifadesine katılımcıların % 29,8’i ‘Katılıyorum’ yanıtını vermişken, toplam katılımcıların % 38,9’ u bu olguya ‘Katılmıyor’ durumdadır.

Yukarıdaki bulguya paralel şekilde Avrupa Sosyal Şartı’nın dördüncü grup düzenlediği haklara ilişkin yine annelik ve çalışma hayatına dair, özel sektörde doğum iznini rahat bir şekilde kullanıp / kullanamamaya ilişkin de kadın katılımcılara soru yöneltilmiştir. ‘*Çocuğunuz olduğunda doğum izninizi / süt izninizi rahat bir şekilde kullandınız mı / ya da çocuğunuz olursa doğum izninizi /süt izninizi rahat bir şekilde kullanabileceğinizi düşünüyor musunuz?*’ sorusuna kadın katılımcıların % 18,5’i ‘Hayır, işimi kaybetme ihtimali sebebiyle doğum iznini kullanamadım / kullanamayabileceğimi düşünüyorum.’ şeklinde görüş bildirirken, % 17,5’i de ‘*Doğum iznini kullandım / kullanacağım ancak iş yeriyile problem yaşamamak adına yarıda kesmek durumunda kaldım / kalacağımı düşünüyorum.*’ şeklinde yanıt vermişlerdir. Süt izni konusunda da kadın katılımcıların bu yanıtları; % 18,9 ve % 16,5 seviyeleriyle benzer oranlarda kırılım göstermektedir.

Konuya dair literatürdeki çalışmalara (Arat, 1994, s. 43-47; Palaz, 2003, s. 87-109; Eyüpoğlu vd., 2000, s.200) çok da paralel sayılmayabilecek tüm bu bulgulara rağmen yine de konuyla alakalı yapılmış pek çok çalışmayla örtüşür olarak; araştırma kapsamında kadının işgücüne katılımı ve çocuk sahibi olma (analık) arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiş durumdadır ($p= ,000$). Öyle ki, çalışma hayatına ara veren katılımcıların % 46,8’i çocuk sahibiyken, çalışma hayatına hiç ara vermeyen katılımcıların % 73,2’sinin çocuk sahibi olmadıkları tespit edilmiştir.

Son olarak bu grup kapsamında *Çalışan Göçmenlerin ve Ailelerinin Korunması Hakkı (Madde 9)* kapsamında özellikle son dönemdeki göç hareketleriyle birlikte Türkiye’de artan göçmen nüfusu ve bu nüfus içindeki kadınların niteliklerine uygun doğru işlere yerleşmesi / yerleştirilmesi gibi uygulamalar ile ilişkili şekilde değerlendirmek mümkündür.

Sonuç

Kalkınmış olsun olmasın, ekonomik gücü büyük ya da küçük olsun, bugün tüm toplumlarda aradaki makasın boyutu değişse de kadınların işgücü piyasalarında hep erkeğin arkasında kaldıkları bilinmektedir. Türkiye de gelişmekte olan bir ülke olarak farklı bir yapıya sahip değildir. Bu sebeple; kadının toplumdaki yeri perspektifinden de yola çıkarak, işgücü piyasalarındaki figürü, hakları, haksızlıkları, eşitlikleri ve eşitsizlikleri ayrı birer dinamik olarak incelenmeli ve bunlara ilişkin atılmış adımlar, bunların iyileştirilmesi ve eksiklikleri daha net gözlemlenmelidir.

Bu sebeplerle bu araştırma; Türkiye’de kadın işgücünün bulunduğu konumu ve nitelikleri Eskişehir örneğinde ele alarak, mevcut problemlerin tespiti ve giderilmesi için gereklilikleri, ASS çerçevesinde analiz ederek bu konuda hangi noktada bulunduğu ve bundan sonrası için de nelerin yapılabileceği konusunda gerekliliklere ışık tutma amacıyla tamamlanmıştır. Zira bu konunun önemi ve gerekliliği çok uzun yıllardır çeşitli ulusal veya uluslararası argümanlarla ortaya konulmuş durumdadır.

Bu konuda Avrupa Konseyi de Avrupa Sosyal Şartı’nı düzenlemiş durumdadır. İmzaya açılmasının ardında farklı dönemlerde çeşitli düzenleme protokolleriyle denetim sisteminin iyileştirilmesi ve düzenlediği mevcut hakların genişletilmesi adına gözden geçirilse de, Avrupa Sosyal Şartı’nı 1961 yılında imzalayan ilk 16 ülke arasında Türkiye de yer almaktadır. Ancak 1961 yılında imzalanan bu ASS, Türkiye’de 28 yıl sonra 1989’da pek çok maddesine çekince konarak (ve nihai versiyonu olan Gözden Geçirilmiş Avrupa Sosyal Şartı olarak) onaylanmış ve yürürlüğe girmiş durumdadır. 9 Nisan 2007 tarih ve 26488 sayılı Resmi Gazete’ye göre, 1961 ASS’nin Türkiye tarafından çekince konan maddeleri: *Adil Çalışma Şartları Hakkı (M.2)*, *Güvenli ve Sağlıklı Çalışma Koşulları Hakkı (M.3)*, *Adil Ücret Hakkı (M.4)*, *Sendika Hakkı (M.5)*, *Toplu Pazarlık Hakkı (Grev Hakkı Dahil) (M.6)*, *Çocukların ve Gençlerin Korunma Hakkı (M.7)*, *Çalışan Kadınların Korunması (M.8)*, *Bedensel ya da Zihinsel Özürlülerin Mesleksel Eğitimi Hakkı ve Mesleksel ve Yeniden Uyum Hakkı (M.15)* şeklindedir. Tüm bu çekinceler Türkiye’nin sosyal haklar alanında ve çalışma hayatında özellikle kadınlar için şartların iyileştirilmesi alanında aşılması gereken maddeler olarak düşünülebilir. Bu çekincelerin etkileri ve kabul edilmiş hakların da uygulamadaki başarısı da saha araştırmasında uygulanan çeşitli ölçeklerde tespit edilmeye çalışılmıştır.

Çalışma kapsamında ASS’nin düzenlediği haklara ilişkin elde edilen bulgulara bakıldığında ilk olarak; erkek katılımcıların da (düşük oranda dahi olsa) kadınların işe kabul edilirken sırf kadın olmalarından ötürü daha az tercih edilebilir durumda olduğunu kabul ettikleri görülmektedir. Bu durum toplumsal cinsiyet rolleri ile kadının iş hayatında ikincil konumlandırmasının sürdüğünün ve kadının istihdamda yer bulsa dahi yine ev eksenli işlerin uzantısı sayılabilecek iş kollarında daha aktif yer bulabildiklerinin birer göstergesidir.

İkinci olarak benzer şekilde hem erkek hem kadın katılımcılarca kadınların işyerlerinde cinsel ve sözlü tacize maruz kaldıkları tespit edilmiş ancak kadın katılımcılar az oranda da olsa bu tacizlerin sıklık derecelerini ‘Her zaman’ olarak belirtmiş olmasına rağmen

erkek katılımcılar bu tacizlerin sıklık derecesi olarak hiç bir koşulda ‘Her zaman’ gözlenen olgular olarak kabul etmiyor durumdadır. Burada dikkat çeken bir diğer bulgu ise tacizin ‘Asla’ yaşanmadığını belirten kadın katılımcıların oranının, aynı cevabı veren erkek katılımcıların oranından daha fazla olmasıdır ve bu durumu çok ayrı psikolojik gerekçelerle de ilişkilendirmek mümkündür.

Üçüncü olarak, yine hem kadın hem de erkek katılımcılar tarafından kadınların terfi ettirilmemeleri ve aynı işte kadınların erkek çalışanlardan daha düşük ücretli olduğu olguları desteklenmiş durumdadır. Örneğin; kadın katılımcıların % 24,8 ve erkek katılımcıların da % 22,4’ü aynı işi yapan kadın ve erkeklerin aynı ücreti aldıklarına katılmamaktadırlar.

Ayrıca çalışma hayatında adaletsizliğe uğramaya ilişkin, yine kadın katılımcıların oranının erkek katılımcıların oranından daha fazla bir miktarda en az bir kere adaletsizliğe uğradıklarını düşündükleri tespit edilmiştir. Bu adaletsizliğin ekonomik boyutunun ise erkeğin toplumdaki ataerkil ideoloji ile ailenin temel geçindiricisi olarak konumlandırılmasından ötürü olduğunu söylemek mümkündür.

Türkiye tarafından çekince konan ASS’nin yukarıdaki maddeleri ve hatta Şart’ın düzenlediği tüm haklar kapsamında değerlendirildiğinde son olarak özel kesim sağlık sektörü çalışanlarından seçilen örneklemimizde katılımcıların % 89,9’unun da özel sektör yerine devlette çalışmak istedikleri yine tespit edilen bulgular arasındadır.

Burada araştırmanın amaçlarından hareket ile tartışılmış olan; ASS’nin, kadına dair düzenlemelerinin işgücü piyasalarındaki kadına etkilerinin eşitlikçi olduğu yönündeki önermenin doğru olduğunu söylemek mümkündür. Çünkü ASS’nin düzenlediği hakların önceki bölümlerde incelendiği üzere, daimi olarak eşit ücret, adil çalışma hakkı ve koşulları, işe kabulde ve yapıda eşitlik ya da kadınların çalışma hayatlarında karşılaşmaları muhtemelen taciz vb. gibi diğer pek çok riski önlemeye yönelik olduğu görülmüştür. İkinci bir araştırma noktası olan; Avrupa Sosyal Şartı’ndaki kadın boyutunun Türkiye’deki farkındalık düzeyi ve Türkiye’nin ASS’ye yasal uyumu ile mevcut uygulamadaki uyumunun düşük olduğu yönündeki önerme ise yine doğru olarak kabul edilebilir. Zira toplam katılımcıların sadece % 7,8’sinin Avrupa Sosyal Şartı’nın ne olduğuna dair bilgisi ya da fikri olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca Türkiye’nin, Şart’ın kadın işgücüne yönelik en önemli haklarından bir kaçı olarak kabul edilebilecek; Adil Çalışma Şartları Hakkı (M.2), Güvenli ve Sağlıklı Çalışma Koşulları Hakkı (M.3), Adil Ücret Hakkı (M.4) ve Çalışan Kadınların Korunması (M.8) haklarına çekince koyarak kabul etmiş olması da yine Türkiye’nin ASS’ye yasal uyumunun eksik kaldığı yönünde yorumlanabilir. Uygulanan yarı yapılandırılmış görüşmeler ile ise bu yasal alandaki eksiklik, fiili çalışma hayatında da kadınların pek çok konuda dezavantajlı olarak kalmaya devam ettiklerini göstermiş durumdadır. Araştırmanın başında incelenmek üzere ele alınan bir diğer olgu olarak; Gözden Geçirilmiş ASS’nin bazı maddelerindeki çekincenin kaldırılmasıyla tam uyumun sağlanmasının Türkiye’de daha eşit bir işgücü piyasası oluşumuna imkan sağlayacağı ise yine doğru ve geçerli bir önerme olarak kabul edilebilir

durumdadır. Çünkü yukarıda değinilen adil çalışma şartları, adil ücret ve / veya çalışan kadınların korunmasına ilişkin pek çok çekince konulmuş madde, kabulü akabinde Türkiye’de yerel hukuki düzenlemelerin niteliksel ve niceliksel olarak artmasını sağlayacağı gibi toplumsal cinsiyet açısından da daha eşit bir çalışma hayatı düzenlemeye yardımcı olacaktır.

Son olarak ise pek çok araştırmada değinildiği üzere; kadın istihdamının arttırılması ve işgücü piyasalarında kadının yerinin iyileştirilmesine dair devletin daha yaptırım sağlayıcı adımlar atması yine beklentiler arasında tespit edilmiş durumdadır.

Kaynakça

- Arat, N. (1994). *Türkiye’de Kadın Olmak*. 1. Baskı. İstanbul: Say.
- Ataman, H. (2010). *Avrupa Sosyal Şartı ve Uygulaması*. 1. Baskı. Ankara: İnsan Hakları Gündemi Derneği.
- Aydın, S. (2003). *Avrupa Birliği’nde Kadın Hakları ve Türkiye*. İstanbul: İKV 175.
- Bolcan, A. E. (2010). Avrupa Birliği Direktifleri Işığında Türk Çalışma Mevzuatında Kadın. *Çalışma ve Toplum* 24 (1), 253-276.
- Council of Europe, (2000). *European Social Charter – Short Guide*. Directorate of Human Rights, September
<http://www.coe.int/T/DGHL/Monitoring/SocialCharter>. (Erişim Tarihi: 28.04.2017).
- Çelik, A. (2005). Avrupa Sosyal Şartı ve Türkiye’nin Çekinceleri. *Türk-İş Dergisi*, Mayıs Haziran, 91-99.
- Dökmen, Z. (2006). *Toplumsal Cinsiyet Sosyal Psikolojik Açılımlar*. İstanbul: Sistem.
- Ecevit, Y. (1988). *Küreselleşme, Yapısal Uyum ve Kadın Emeginin Kullanımında Değişmeler*. İstanbul: KSSGM ve İnsan Haklarını Geliştirme Vakfı.
- Ecevit, Y. (1995). Kentsel Üretim Sürecinde Kadın Emeginin Konumu ve Değişen Biçimleri. Şirin Tekeli (Ed.). *1980’ler Türkiye’sinde Kadın Bakış Açısından Kadınlar*, 3. Baskı, içinde (s.117-128). İstanbul: İletişim.
- Ecevit, Y.(2003). Toplumsal Cinsiyetle Yoksulluk İlişkisi Nasıl Kurulabilir? Bu ilişki nasıl çalışabilir?. *C.Ü.Tıp Fakültesi Dergisi* 25 (4), 83-88.
- Ecevit, Y. (2009). *Kadın Emegini Değersizleştiren İki Ortak: Ataerkillik ve Kapitalist Piyasa*. <https://kendineaitbiroda.wordpress.com/2009/07/30/kadinemegini-degersizlestiren-ikiortak-ataerkillik-ve-kapitalist-piyasa-yildiz-ecevit/>. (Erişim Tarihi: 14.04.2017).
- Ecevit, Y. (2010). *Türkiye’de Kadına Yönelik Şiddetle Mücadele Hakkında Bazı Sosyolojik Değişimler*. (BGSS Workshop Documentation 4). Uluslararası Çalışma Atölyesi, Berlin.

- Ertan, İ. M. (2015). *Sosyal Hakların Uluslararası Korunması ve Avrupa Sosyal Şartı Sistemi*. 1.Baskı. İstanbul: Beta.
- European Committee of Social Rights, Conclusions XIX – 1 (TURKEY), (2008). November.http://lib.ohchr.org/HRBodies/UPR/Documents/Session8/TR/COE_UPR_TUR_S08_2010_CouncilofEurope_Document6.pdf (Erişim Tarihi: 28.04.2017).
- Eyüpoğlu, A., Özer, Ş. ,Tanrıöver, H. (2000). *Kentlerde Kadınların İş Yaşamına Katılmalarının Sosyo-Ekonomik Sorunları*. Ankara: KSGM.
- Gökkaya, V. B. (2011). Kadına Yönelik Ekonomik Şiddet: Sivas İli (Cumhuriyet Üniversitesi Örneği). *Journal of World of Turks* 3 (3), 129-145.
- Hobson, B. (2003). Making Men into Fathers: Men, Masculinities, and the Social Politics of Fatherhood. *Contemporary Sociology* içinde (s.1-24). Cambridge University.
- https://www.tbmm.gov.tr/develop/owa/tutanak_g_sd.birlesim_baslangic?P4=17385&P5=page1=40&page2=40. (Erişim Tarihi: 07.10.2018).
- Kenny, T. (1997). *Faire Respecter Les Droits Sociaux Danstoute l'Europe-Version Turque*. Tekin Akıllıoğlu (Çev.). Ankara: Ankara Üniversitesi Siyasal Bilimler Fakültesi İnsan Hakları Merkezi.
- Palaz, S. (2003). Türkiye’de Cinsiyet Ayırmacılığı Analizinde Neo Klasik Yaklaşım Karşı Kurumcu Yaklaşım: Eşitliği Sağlayıcı Politika Önerileri. *Bahkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 6 (9), 87-109.
- Süral, N. (2002). *Avrupa Topluluğu’nun Çalışma Yaşamında Kadın – Erkek Eşitliğine Dair Düzenlemeleri ve Türkiye*. Ankara: T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü.
- T.C. Başbakanlık Kadının Statüsü ve Sorunları Genel Müdürlüğü. (1999). *Kentlerde Kadınların İş Yaşamına Katılım Sorunlarının Sosyo-Ekonomik ve Kültürel Boyutları*. Ankara.
- T.C. Sağlık Bakanlığı. (2017). *Faaliyet Raporu*. https://sgb.saglik.gov.tr/dokumanlar/faaliyet_raporlari. (Erişim Tarihi: 19.03.2018)
- The Council of Europe, (2008). *Digest of the Case Law of the European Committee of Social Rights*. 1 September. http://www.coe.int/t/dghl/monitoring/socialcharter/Digest/DigestSept2008_en.pdf. (Erişim Tarihi: 09.12.2017).
- Tınaz, P. (2006). İş Yerinde Psikolojik Taciz. *Çalışma ve Toplum Dergisi* 11 (4), 13-29.
- TÜİK, (2017). *İstatistiklerle Kadın*. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=24643>. (Erişim Tarihi:07.02.2018)

**Gürültülü Çalışma Ortamının Çalışanlar Üzerindeki Psikososyal Etkilerinin
İncelenmesi: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma**

**Investigation of the Psychosocial Impact of Noisy Working Environment on Employees:
An Empirical Study in the Textile Sector**

Fatih Ulukaya - Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Zahid Çögenli†*

Başvuru Tarihi: 19.12.2019

Kabul Tarihi: 15.02.2020

Özet

Tekstil sektörü çalışma şartları göz önüne alındığında gürültü düzeyinin yüksek olduğu ortamları barındırdığı bilinmektedir. Bu araştırma nicel araştırma yöntemlerinden faydalanarak genel tarama modeliyle oluşturulmuştur. Uşak ili Tekstil sektöründe faaliyet gösteren işletmede gürültü ile ilgili risklerden korunmalarına dair yönetmelik esaslarına uygun olarak Doğrudan Ölçüm yöntemi ve çalışanların gürültü maruziyetini değerlendirmek amacıyla nicel veri toplama aracı olan anket uygulaması gerçekleştirilmiştir. Günümüz sanayi ve tekstil sektöründe çalışan bireylerin sayısındaki artış hızının yüksekliği; çalışma ortamında çevresel risk etmenlerine bağlı olarak fizyolojik ve psikososyal sorunların çalışanlar üzerinde etkili olduğu görülmektedir. İşletmede yapılan ölçümlerden edinilen bulgular incelendiğinde ise 97.08 dB(A) seviyesine çıkan değerler bunu kanıtlar derecededir. Bu mevcut gürültü düzeyi çalışmada geçici ve kalıcı işitme kayıplarına, performans düşüklüğüne ve verimin düşmesine sebep olabilecek ciddi zararlar ortaya çıkarabilmektedir. Bu bulgular incelendiğinde gürültü düzeyinin yüksekliğinden kaynaklı ortaya çıkarabilecek rahatsızlıklar, çalışmada bıraktığı etki ve meslek hastalıklarının iş sağlığı ve güvenliği kapsamında psikososyal etkiler doğrultusunda değerlendirilmesi gereken önemli bir konu olduğu görülmektedir. Bu amaçla yapılan çalışma, gürültünün çalışanlarda oluşturacağı psikolojik etkilerin önüne geçmek amacıyla iş sağlığı ve güvenliği kanununu esas alarak gerekli tespitleri ve önerileri sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Gürültü, Tekstil, İş Güvenliği, Çalışma Psikolojisi

* Uşak Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, fatihulukaya33@gmail.com, ORCID: 0000-0001-9285-668X

† Uşak Üniversitesi, Sağlık Yüksekokulu, mzahid.cogenli@usak.edu.tr, ORCID: 0000-0003-3018-4157

Abstract

Working conditions of the textile sector, it is known to host environments with high noise levels. This research was created with the general screening model by benefiting from quantitative research methods. In accordance with the regulation principles regarding the protection from noise related risks in the enterprise operating in the textile sector of Uşak province, a direct measurement method and a questionnaire application, which is a quantitative data collection tool, were evaluated to evaluate the noise exposure of the employees. The high rate of increase in the number of individuals working in today's industry and textile sector; Depending on environmental risk factors, physiological and psychosocial problems appear to be effective on employees in the work environment. When the findings obtained from the measurements made in the enterprise are analyzed, the values that have reached 97.08 dB are in a degree to prove this. This current noise level can create serious losses in the employee that can cause temporary and permanent hearing loss, poor performance and reduced efficiency. When these findings are examined, it can be seen that the disturbances that may arise due to the loudness of the noise level, the impact on the employee and occupational diseases are an important issue that should be evaluated in line with the psychosocial effects within the scope of occupational health and safety. For this purpose, the study provides the necessary determinations and suggestions based on the occupational health and safety law in order to prevent the psychological effects of noise on employees.

Keywords: Noise, Textile, Occupational Safety, Work Psychology

Giriş

İnsanlar, çalışma hayatının yoğun ve rekabetçi temposu içinde mücadele etmeye başladığı günden bu yana, çeşitli sorunlar ve iş kaynaklı rahatsızlıklar ile karşı karşıya kalmaktadır. Özellikle beşeri unsurların ön planda olmaya başladığı ve motivasyonun performans üzerine olan etkisinin bütün boyutları ile ele alınmaya çalışıldığı günümüz iş hayatında çalışanların birbirleri ile daha fazla rekabet içerisinde olması, zorlu çalışma şartları, ekonomik kaygılar, toplumsal beklentiler ve çeşitli psikolojik sorunlar, bireyler arasındaki ilişkileri ve iletişimi olumsuz etkileyebilmektedir (Çögenli, 2013, s. 1-2).

Sanayi Devrimi'nin etkisi altında 18. yüzyılda başlayan sanayileşme hareketleri değişime uğrayarak teknolojik ilerlemelerle ivme kazandı. Çalışanların sağlık ve güvenliğiyle ilgili sorunlar, başlangıçta çok fazla dikkate alınmayan fakat daha sonra çalışma hayatını ve operasyonu tehlikeye sokan daha büyük sorunlar haline gelmiştir. Teknolojik gelişmelerde ki hızın her geçen gün artması, işletmelerin rekabetin daha üstün yaşandığı alanlar haline gelmesine ve üretimin en değerli unsuru olan makine-insan uyumunun ne kadar önemli olduğunu gözler önüne sermesine neden olmuştur. Bu rekabet ve süreçlerin hızlanması zamanla çalışanlarda psikososyal etkilerin ortaya çıkmasına ve çöküntülerin yaşanmasına sebebiyet vermektedir. Çalışanlarda ortaya çıkacak iş stresi, performans düşüklüğü, zaman kaygısı, gerginlik, sinir bozukluğu gibi psikososyal sorunlar çalışan sağlığı ve örgüt yapısını olumsuz etkileyebilmektedir.

Metal sanayi, Tekstil endüstrisi, Dökümhaneler, Kimya sanayi ve Otomotiv üretim ve yan sanayisi gürültü seviyesinin yüksek olduğu işletmeler arasında yer almaktadır. Tekstil sektörü ülkemiz ekonomisinde ithalat ve ihracat alanında önemli bir getiri sağlayan endüstri dallarından biridir. Türk Tekstil endüstrisi ve hazır giyim sektörü Avrupa Birliği (AB) üye ülkeler arasında toplam tekstil ihracatı % 1,7'lik payla ilk 15 ülke içerisinde bulunmaktadır. Ülke iç pazarında ise tekstil ve hazır giyim sanayisi, istihdam katkısı bakımından tarımsal hizmetler ve üretiminden sonra en büyük Pazar payına sahip (yaklaşık 2 milyon kişi) sektör konumundadır (Soylu ve Gökkuş, s. 2-3).

Sektörün pazar büyüklüğü ve müşteri taleplerindeki artış tekstil sektöründeki üretim beklentilerini arttırmaktadır. Sektörün bu hızı, çalışanlar için riskleri de beraberinde getirmektedir. Tekstil işletmelerindeki en önemli fiziksel etmenlerden olan gürültü ise çalışanların psikososyal rahatsızlıklarla karşılaşmalarına neden olmaktadır. Bu araştırmayla tekstil işletmelerinde gürültü seviyesi tespit edilip, psikososyal sonuçlarını ortaya çıkarmak ve iş sağlığı ve güvenliği kanununa uygun olarak yapılabilecek iyileştirmeler ve önerilerde bulunarak literatüre katkı sağlaması amaçlanmaktadır.

İş Güvenliğine Bakış

2013 yılında yürürlüğe giren 6331 sayılı İş sağlığı ve güvenliği yasası iş kazaları ve meslek hastalıklarının ortaya çıkmadan önleyici önlemler alınarak kaynağında yok edilmesini hedeflemektedir. Bu amaç doğrultusunda kişinin risklere ve tehlikelere karşı ne şekilde korunacağından çok, riskleri ve tehlikeleri önleyici anlayışla ortadan kaldırmak hedeflenmektedir. 6331 sayılı iş sağlığı ve güvenliği kanununun 4.maddesinde işyerlerinde mevcut riskleri ortadan kaldırarak güvenli bir çalışma ortamının oluşturulması en önemli prensip olarak öngörülmektedir (Kılış ve Demir, 2012, s. 34-35).

İş sağlığı ve güvenliği kavramı hem mühendislik çalışmalarını hem tıbbi konuları hem de hukuk alanındaki çalışmaları içine alan çok geniş bir kavram olmakla birlikte kazalara ve ilerleyen yıllarda çalışanda bırakacağı tahribatların önlenmesine karşı alınacak tedbir ve önlemleri kapsayan bir kavramdır. İş sağlığı ve güvenliği, çalışma ortamının çalışan üzerinde oluşturacağı tehlikeleri ve riskleri ortadan kaldırmayı sağlayamıyorsa en aza indirilmesini esas alır. İş sağlığı ve güvenliği kavramının; işletmede yer alan çevresel risk etmenleri içerisinde yer alan termal konfor şartları, gürültü kaynaklı işitme sorunları, titreşim, ağır yük taşınması vs. gibi sorunların ortadan kaldırılması veya etkisinin en azından minimum seviyeye indirilerek çalışan için güvenli ve sağlıklı bir ortam oluşturması beklenmektedir (Korkmaz ve Avsallı, 2012, s. 155-157).

Çalışma Ortamında Fiziksel Risk Etmenleri

Fiziksel risk etmenleri içerisinde yer alan gürültü, aydınlatma, termal konfor, titreşim vb. faktörler günlük rutin eylemlerini yerine getiren çalışan için ek sorunlar oluşturmaktadır. Bu sorunların minimize edilmesi ve çalışanın olumsuz etkilenmemesi için bu faktörlerin çalışan tarafından bilinmesi son derece önemlidir. Aynı zamanda bu faktörlere karşı alınacak önlemleri, çalışanın fizyolojik duyarlılığını da göz önünde bulundurarak değerlendirmek gerekir. Bu

faktörler içerisinde gürültü önemli bir yer tutmaktadır ve çalışmada psikolojik ve fizyolojik rahatsızlıkların oluşmasına sebep olabilmektedir (Ulucan, 2014, s. 4-5).

Gürültü

Günümüzde insan sağlığını olumsuz yönde etkileyen önemli etkenlerden biri olan gürültüye normal yaşamımızda ve çalışma alanlarında sıklıkla maruz kalmaktayız. Gürültü, “*hoşa gitmeyen, istenmeyen, arzu edilmeyen ses*” olarak tanımlanmaktadır. Ses, nesnel bir kavram niteliği taşımaktadır. Yani ölçülebilir ve varlığı kişiye bağlı olarak farklılık göstermez. Gürültü ise öznel bir yargı taşımaktadır. Tanımlardan da anlaşılacağı üzere gürültü kavramı kişiden kişiye farklı karşılanabilmektedir (Seçkiner ve Kurt, 2004, s. 37-38).

Gürültü, şiddeti ve süresine bağlı olarak insanlarda çeşitli sağlık sorunlarının ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. İnsanın sürekli olarak gürültüye maruz kalması önemli sağlık sorunlarına neden olabilmektedir. Yapılan araştırmalarda 80 dB(A)’yı geçen gürültü seviyesinin kulakta meydana getireceği zararın ve oluşturacağı işitme kaybının düzeltilmesinin çok zor olduğu belirtilmiştir (Yılmaz ve Özer, s. 517-520).

Gürültünün Fizyolojik Etkileri

İnsan metabolizması yüksek seslere ve ani reaksiyonlara karşı bilinçsiz olarak tepkiler gösterebilmektedir. Gürültü ve dolaşım sistemi hastalıkları arasındaki ilişkiler konusunda devam eden çalışmalar ve deneyler gürültü kaynaklarının bireyde; yüksek kan basıncına, kalp atışında hızlanmaya, kolesterol artışına, adrenalin artışına, solunumda hızlanmaya, adalelerde gerilme ve irkilmelere sebebiyet verdiği kanıtlanmıştır. Bu etkiler uyku esnasında daha belirgin olarak ortaya çıkmaktadır. Japonya’da yapılan bir çalışmada hamile kadınlarında gürültüden kaynaklı düşükler ve erken bebek doğumları gözlemlenmiştir. Bireylerin gürültüye alışabileceği düşüncesi doğru bir yaklaşım olmamakla beraber alışıldığı düşünülse bile biyolojik olarak vücuttaki etkileri önlenememektedir (Ulucan, 2014, s. 4-6).

Gürültünün Psikolojik Etkileri

Psikoloji temelde insandaki davranışı açıklamaktadır. Bireyler çalışma alanında diğer bireylerle ilişki kurmalı ve sinerji içerisinde takım halinde çalışma prensiplerine uygun hareket etmeye özen göstermelidir. Burada ortaya çıkacak psikolojik sorunlar çalışma ortamının düzensizliğine ve işleyişinde problemlere neden olabilir. Bu nedenle bireyin psikolojik anlamda onu pozitif etkileyecek ve verimliliğini arttıracak bir takım uygulamalarla daha sağlıklı ve güvenli bir çalışma ortamı oluşturulmalıdır. Çalışma ortamında yapılacak bu düzenlemelerle çalışanın psikolojik açıdan güvenliği sağlanmış olup bireyin performansına ise olumlu yönde fayda sağlanacaktır (Baydur, Ergör, & Demiral, 2015, s. 32). Ofis ortamlarında yürütülen çalışmalarda fiziksel ve çevresel risklerin yanı sıra psikososyal risklerde önemli bir yer tutmaktadır. İşin gerçekleştirilmesi esnasında çalışanların iletişim bozuklukları, örgüt misyonunun olmaması, hiyerarşik düzen bozukluğu, yetersiz sosyal destek, rol belirsizliği, rol çatışmaları ve mobbing kavramları psikososyal risk unsurlarını yaratmaktadır. Sağlık ve güvenlik şartları tüm çalışanlar açısından büyük bir öneme sahiptir. Bu doğrultuda çalışma psikolojisi çalışanların sağlık, güvenlik ve çalışma yaşamında insan kavramını ele almakta ve ergonomi kavramıyla insan-makine uyumu sağlama noktasında ortak payda da birleşmektedir (Keser, 2016, s.353-358).

Tablo 1. Gürültünün Fizyolojik ve Psikososyal Etkileri

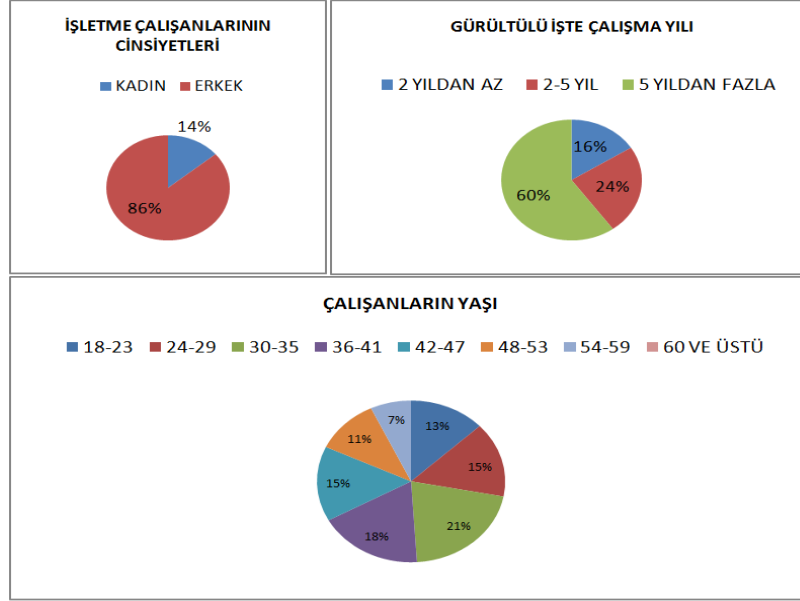
Derecesi	Şiddeti (Desibel)	İnsan Sağlığı Üzerindeki Etkiler
1.Derece	30 dB. – 65 dB.	Huzursuzluk, öfkelenme, uyku bozuklukları, iş yoğunluğunun bozukluğu
2.Derece	65 dB. – 90 dB.	Fizyolojik tepkiler, kan basıncında artış, ani tepkiler, kan atış hızında art
3.Derece	90 dB. – 120 dB.	Baş ağrılarında artış ve fizyolojik etkilerin artması
4.Derece	120 dB.	İç kulakta hasar oluşumu
5.Derece	140 dB.	Ciddi duyma bozuklukları

Materyal ve Yöntem

Bu çalışma Uşak ili Tekstil Organize Sanayi bölgesinde yer alan bir tekstil üretim işletmesinde nicel araştırmalarda veri toplama yöntemi olan Doğrudan Ölçme ve anket yöntemiyle gerçekleştirilmiştir (Aslan, 2018, s. 133-134). Ölçümlerin gerçekleştirildiği işletme 2 ayrı üretim binasından oluşmaktadır. İşletme idari personel ve yönetim kadrosu hariç 106 tekstil çalışanı ile 3 vardiya halinde 8 saatlik çalışma periyotların da faaliyet göstermektedir. İşletme ofisler, mutfak, bekleme salonu, tuvalet, giyinme odası, harman hallaç, open-end, tarak ve cer olmak üzere 9 bölümünden oluşmaktadır. Gürültü ölçümleri işletmedeki gürültü seviyesinin en yüksek olduğu 4 makinenin yer aldığı harman hallaç, open-end, tarak ve cer bölümlerinde gerçekleştirilmiştir. Bu makineler open-end, tarak ve cer aynı alan içerisinde yer almakta ve Atölye A olarak ölçümleri gerçekleştirilmiştir. Harman-hallaç ise Atölye B olarak ölçümlerin alındığı bir diğer alandır. Ölçümler için gündüz vardiyasında çalışmanın en yoğun olduğu 10:00 – 11:00 saatleri arası kararlaştırılmış ve 10 gün boyunca aynı saatte ve aynı noktada ölçümler tekrarlanmıştır. Her bölümü temsilen gürültü seviyesinin en yüksek olduğu noktalar ve makinaların mevcut konumları referans alınarak ölçüm için merkez belirlenmiştir. Ölçümler yerden 155 cm yükseklikte Svantek marka SVAN971 model gürültü ölçüm cihazı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Veriler çizelge yardımıyla gürültü ölçüm noktalarına ait Eşdeğer gürültü düzeyi (Leq) yöntemi kullanılarak 10 günlük değer işlenmiş ve ortalaması alınarak Leq ortalama değeri hesaplanmıştır. Ölçümler ve değerlendirmeler Gürültü Kontrolü Yönetmeliği ve İş Sağlığı ve Güvenliği kanununa (6331) uygun olarak gerçekleştirilmiştir. Bir diğer nicel veri toplama aracı olan anket yöntemiyle işletmede gürültülü ortamdaki tüm çalışanlara (106 çalışan) ulaşılarak gürültünün psikososyal etkileri incelenmeye çalışılmıştır. Fakat 6 çalışanın verdikleri eksik bilgi ve yapılan anketteki hatalar göz önüne alınarak toplamda 100 çalışanın verileri değerlendirmeye alınmıştır. İstatistiksel analizler yardımıyla frekans analizi uygulanarak çözümlenen anket verileri, yapılan gürültü ölçüm değerleriyle karşılaştırılarak yorumlanmıştır.

Bulgular

Demografik Bilgiler

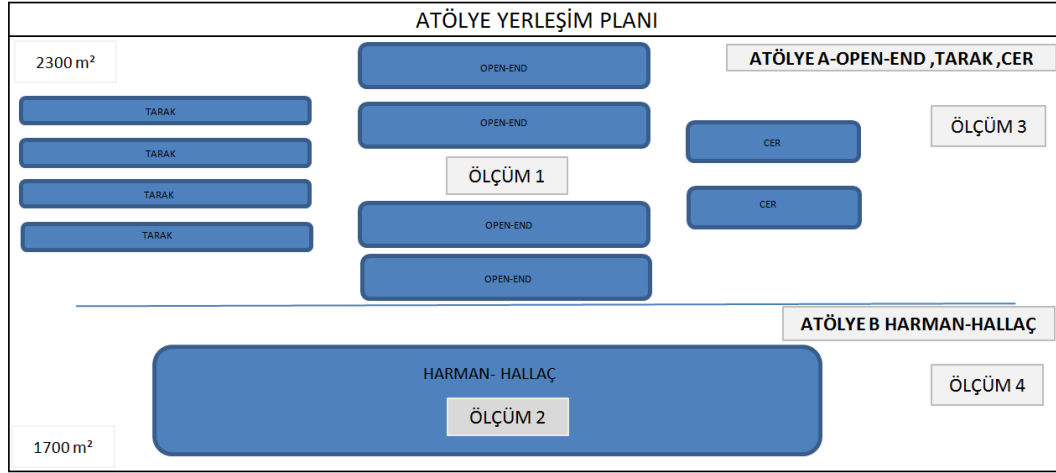


Şekil 1. Demografik Bilgiler

Anket uygulanan çalışanlardan alınan cevapların frekans dağılımları incelendiğinde katılımcıların %84'ünün erkek %16'sının ise kadın olduğu görülmüştür. Bu durumun sebebi ise tekstil sektöründe erkeklerin daha çok makine operatörü olarak görev almasından kaynaklandığının, kadın istihdamının ise tekstil sektöründe konfeksiyon, ayıklama gibi işlerde yoğunluk göstermesi olarak söylenebilir. Anket sonuçları çalışanların %60'ının 5 yıldan fazladır tekstil sektöründe gürültünün mevcut olduğu işlerde çalıştığını göstermektedir. Çalışanların %24'ünün 2-5 yıl arası, %16'sının ise 2 yıldan az süredir tekstil sektöründe gürültülü işlerde çalıştığı görülmektedir. Çalışanların yaşı ile ilgili elde edilen veriler dağılım konusunda yakın görünüm sağlasa da 30-41 yaş arası çalışanların toplam dağılımın %40'ını oluşturmaktadır. Anket verilerine göre 48 yaş ve üstü %18 dağılım göstererek işletmede çalışanların geneli değerlendirildiğinde yaş ortalamasının 35-40 yaş arasında ağırlık gösterdiği anlaşılmaktadır.

Gürültü Ölçümü Sonuçları

Ölçümler Uşak İlinde faaliyet gösteren Tekstil işletmesinde gerçekleştirilmiştir. Gürültü ölçümleri işletme içerisinde aynı standartlarda 10 gün boyunca tekrarlanarak veriler elde edilmiştir. Gürültü ölçümleri işletmedeki gürültü seviyesinin en yüksek olduğu Atölye A ve Atölye B olarak tanımlanan alanların merkez noktalarından ve Atölye A ve B' nin kenar noktalarından gerçekleştirilmiştir. Atölye A open-end, tarak ve cer aynı alan içerisinde yer almaktadır. Ölçümler ise ölçüm 1 olarak Atölye merkezinde ve ölçüm 3 olarak kenarda gerçekleştirilmiştir. Atölye B Harman-hallaç işleminin gerçekleştirildiği bir diğer alandır. Ölçümler ise ölçüm 2 olarak Atölye merkezinde ve ölçüm 4 olarak kenarda gerçekleştirilmiştir. İşletmenin detaylı yerleşimi ve yapılan ölçümlerin nerelerden yapıldığı şekil 2 de gösterilmiştir.



Şekil 2. İşletme Yerleşim Planı

Gürültü ölçümleri gürültü maruziyet ölçüm yönetmeliği kapsamında ölçme zaman aralığı gürültü emisyonu ve yayılmasındaki bütün anlamlı sapmaları karşılayacak şekilde gerçekleştirilmiştir. Ölçümler işletmedeki gürültü tipinin kararlı gürültü olduğunu göstermektedir.

Tablo 2. Ortam Gürültü Ölçüm Sonuçları

ÖLÇÜM NOKTASI	ÖLÇÜM PERİYOTLARI										EŞDEĞER GÜRÜLTÜ Leq dB(A)
	1.Gün	2.Gün	3.Gün	4.Gün	5.Gün	6.Gün	7.Gün	8.Gün	9.Gün	10.Gün	
	Leq 1	Leq 2	Leq 3	Leq 4	Leq 5	Leq 6	Leq 7	Leq 8	Leq 9	Leq 10	
ATÖLYE A (ölçüm 1)	96.9	97.5	96.8	97.2	97.5	97.4	96.3	97.2	96.2	97.8	97.08
ATÖLYE B (ölçüm 2)	89.2	90.3	89.5	90.4	90.7	90.1	89.2	90.3	91.3	91.6	90.26
ATÖLYE A (ölçüm 3)	73.7	73.9	75.4	75.1	72.4	74.9	73.4	76.9	75.2	74.8	74.57
ATÖLYE B (ölçüm 4)	70.2	69.5	69.3	69.9	70.5	70.9	69.5	69.1	71.4	71.7	70.2

Eşdeğer gürültü ortalaması $Leq(ort.)$ değeri günlük gürültü değerlerinde hareketle hesaplanmıştır. Tablo 3'de elde edilen sonuçlar çevresel gürültünün değerlendirilmesi ve gürültü kontrol yönetmeliğine uygun olarak işletme, tesis ve işyerleri için gürültü kriterlerine uygun olarak değerlendirmiştir. Atölye A içerisinde merkezden (ölçüm 1) alınan ölçümler günlük olarak ufak farklılıklar göstermiş ve 10 günlük ölçümler içerisinde ciddi farklılıklar olmadığı tespit edilmiştir. Atölye A içerisinde yapılan ölçüm 1 için 10 günlük eşdeğer gürültü ortalaması 97.08 dB(A) düzeyinde olduğu ve aynı atölye içerisinde alınan ölçüm 3'ün ise 10 günlük eşdeğer gürültü ortalamasınının 74.57 dB (A) düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Atölye B içerisinde merkezden (ölçüm 2) alınan ölçümler günlük düzeyde farklılıklar göstermiş ve 10 günlük ölçümler içerisinde ciddi farklılıklar tespit edilmemiştir. Atölye A içerisinde yapılan

ölçüm 1 için 10 günlük eşdeğer gürültü ortalaması 90.26 dB(A) düzeyinde olduğu ve aynı atölye içerisinde alınan ölçüm 4'ün ise 10 günlük eşdeğer gürültü ortalamasının 70.20 dB (A) düzeyinde olduğu tespit edilmiştir. Gürültü kontrol yönetmeliği (atıf) uyarınca endüstri yapılarında küçük işletmeler için 70 dB(A) seviyesini, geniş kapsamlı fabrikalar için ise 80 dB (A) düzeyini kabul edilebilir ses basıncı olarak ifade etmiştir. 90 dB(A) üzerindeki kararlı gürültünün çalışanlarda kalıcı işitme kaybına yol açacağı gürültü kontrol yönetmeliğindeki tablo ile ifade edilmiştir. Gürültü kontrol yönetmeliğinde çalışanların 7.5 saatlik çalışmalarda maruz kalabilecekleri maksimum gürültü düzeyi 80 dB (A) olarak belirtilmiş ve elde edilen bulgular Atölye A (Ölçüm 1 - 97.08 dB.) ve Atölye B (Ölçüm 2 - 90.26 dB.) için bu seviyenin üzerinde olduğunu göstermektedir.

Gürültü Anketi

İşletmede open-end, tarak, cer ve harman-hallaç bölümlerinde 3 vardiya toplamında 100 çalışana ulaşılmıştır.

Tablo 3. Anket Cevap Yüzdeleri

ANKET SORULARI VE CEVAPLARI		A	B	C
1	Çalışma ortamınızdaki gürültü seviyesini nasıl derecelendirirsiniz? A-DÜŞÜK B-NORMAL C-YÜKSEK	21%	39%	40%
2	İşletmedeki gürültünün çalışma esnasında dikkatinizin dağılmasına etkisi olduğunu düşünüyor musunuz? A-EVET B-HAYIR	69%	31%	
3	Çalışma ortamında maruz kaldığımız gürültü eve gittiğinizde size rahatsızlık verdiğini düşünüyor musunuz? A-EVET B-HAYIR	59%	41%	
4	Çalışma ortamındaki gürültü seviyesinin performansınızı etkilediğini düşünüyor musunuz? A-HİÇ B-KISMEN C KESİNLİKLE	19%	54%	27%
5	İşitme konusunda probleminiz olduğunu düşünüyor musunuz? A-EVET B-HAYIR	20%	80%	
6	Çalışma esnasında kulak koruyucu kullanıyor musunuz? A-EVET B-HAYIR	32%	68%	
7	Uyku düzensizliği yaşadığımızı düşünüyor musunuz? A-HİÇ B-KISMEN C KESİNLİKLE	22%	57%	21%
8	İnsanlarla konuşurken ses seviyenizi nasıl tanımlarsınız? A-ALÇAK B-NORMAL C-YÜKSEK	15%	69%	16%
9	Duyuma problemi, kulak ağrısı, kulakta çınlama gibi sebeplerden dolayı doktora gittiniz mi ? A-EVET B-HAYIR	14%	86%	
10	Kendinizde kalp atışlarında hızlanma, göz bebeği büyümesi, solunum hızlanması ve ani refleks fizyolojik belirtiler gözlemliyor musunuz? A-EVET B-HAYIR	13%	87%	

Anket uygulanan çalışanlara mevcut çalışma ortamlarındaki gürültü seviyesini kendilerine göre derecelendirmelerini istediğimizde, çalışanların %40'ı gürültü seviyesinin yüksek olduğu, %39'u gürültünün normal seviyede olduğunu ifade ederken, %21'lik kısmı ise gürültü seviyesinin düşük olduğunu ifade etmişlerdir. Çalışanlara işletmedeki gürültünün çalışma esnasında dikkatinizin dağılmasına etkisini sordüğümüzde çalışanların %69'u gürültünün dikkat dağınıklığına neden olduğunu söylerken %31'lik kısmı ise gürültüden etkilenmediğini ifade etmişlerdir. Çalışanlar çalışma ortamındaki gürültü seviyesinden çalışma esnasında rahatsızlık duyuyor musunuz sorusuna %59'u evet yanıtı verirken %41'i hayır olarak cevap

vermişlerdir. Gürültü seviyesinin performansa etkisini sorduğumuz çalışanlar %54'ü işletmedeki gürültünün performanslarını kısmen etkilediğini düşünürken %27'si ise performanslarını kesinlikle etkilediğini %19'u ise gürültünün performansa etkisi olmadığını belirtti. Ankete katılan çalışanların %85'i işitme ile ilgili problemleri olmadığı belirtirken %15'i işitme ilgili şikâyetlerinin olduğu ifade etmiştir. Gürültünün çalışanlara etkisini azaltmada en önemli koruyucuların başında gelen kulak koruyucu kullanımını ise %68'lik oranıyla çalışanların kulak koruyucu kullanmadığı ifade edilmiş %32 lik kısım ise çalışma esnasında kulak koruyucu kullandığını ifade etmiştir. Gürültünün insan sağlığı etkileri üzerinde uyku problemi gibi etkileri bilinmektedir. Çalışanlara uyku sorunu yaşıyor musunuz sorusuna %57'si kısmen uyku düzensizliği yaşadıklarını ifade ederken %21'i sık sık uyku problemi ile karşılaştıklarını ifade etmiştir. Çalışanların %22'si ise uyku düzensizliği/problemi yaşamadığını ifade etmiştir. Gürültüye bağlı ortaya çıkan işitme kayıplarında bireylerin daha yüksek sesle konuştukları bilim adamları tarafından ifade edilen bir durumdur. Çalışanların konuşma anındaki ses seviyelerini tanımlamaları istendiğinde %69'u normal ses tonuyla konuştuklarını ifade ederken %16'sı yüksek ses tonuyla konuştuğunu ifade etmiştir. Çalışanların işitme ile ilgili sağlık sorunlarında doktora gitme oranı ise %16 olarak karşımıza çıkarken çalışanların kendilerinde fizyolojik belirtiler hissetme oranları ise %17 olarak görünmektedir.

Sonuç ve Öneriler

Tekstil işletmesinde gerçekleştirilen doğrudan ölçümler ve uygulanan anket bulguları doğrultusunda işletme içerisindeki gürültü seviyesi Gürültü Kontrol Yönetmeliğinde belirlenen üst sınır değer olan 90 dB. (A)' dan fazla çıktığı görülmektedir. Elde edilen anket bulguları çalışanların %40'ının çalışma ortamını gürültülü olarak ifade etmesi işletmedeki gürültü seviyesini kanıtlar derecededir. Çalışanların %69'unun gürültünün çalışma esnasında dikkat dağınıklığı oluşturduğunu ifade ederek buna bağlı kazaların oluşmasına neden olabileceğini açıkça göstermektedir. Bir diğer dikkat çekici bulgu ise yüksek gürültü düzeyinin çalışanların %81'inde performans üzerinde olumsuz etki oluşturduğunu göstermektedir. Birincil tercih olarak gürültü seviyesinin yüksek olduğu durum da gürültüyü kaynağında yok etmek en temel çözüm kaynağıdır. Ancak gürültü kaynağında yok edilemiyorsa gürültü kaynağı ile çalışma ortamı arasında önlem almak bir diğer önleyici uygulama olacaktır. Elde edilen bulgular çalışanların büyük bir oranının (%68) işletme içerisinde İş Sağlığı ve Güvenliği esasları doğrultusunda 85 dB (A) fazla gürültü maruziyeti tespit edildiği durumlar da kulak koruyucu kullanması gerekliliğini yerine getirmediğini göstermektedir. Yüksek gürültünün çalışanlarda uyku düzensizlikleri, performans düşüklüğü dikkat dağınıklığı gibi psikososyal etkiler gösterebileceği anket sonuçlarıyla desteklenmektedir. Gürültüye bağlı çalışanlarda ortaya çıkacak işitme kayıplarının gerekli tedbir ve önlemler alınmadığı sürece engellenemeyecek olduğu bilinmelidir. Çalışanların gürültü düzeyini azaltmak adına kullanacakları kulak tıkaçları kaliteleri ile orantılı olarak 10dB. - 40dB. arasında iyileştirme sağlayacaktır. İş sağlığı ve güvenliği kanunu hükümleri doğrultusunda işletme içerisinde çalışanların mesai saatleri içerisinde kulak koruyucuları kullanmaları ve çalışanlara gürültünün zararları ve maruziyeti azalmak adına farkındalık eğitimleri verilmesi daha ağır fizyolojik ve psikososyal sorunların önüne geçilmesi için doğru bir uygulama olacaktır. İşletmeler yasalar ve kanunlar gereği

kişilerin ruh sağlığını ve psikolojik rahatsızlıklarını önlemek amacıyla gürültüyü azaltacak program ve politikaları belirleyerek gerekli idari tedbirleri almakla yükümlüdürler. Bu yükümlülükler koordine çalışmalarla ve uygulamalarla hayata geçirilerek çalışanlar için konfor düzeyi yüksek çalışma alanları oluşturulması iş kazaları ve meslek hastalıklarının önüne geçmede proaktif bir yaklaşım oluşturacaktır.

Kaynakça

- Aslan, Ş. (Ed.) (2018) Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri. Ankara: Eğitim Yayınevi
- Balcıoğlu, İ., 1993. Gürültü ve Ruh Sağlığı. Türk Devletleri Arasında 2. İlimi İşbirliği Konferansı, 27-29 Haziran, 1993. 174-177, Almatı, Kazakistan.
- Baydur, H., Ergör, A., & Demiral, Y. (2015). İş Sağlığında Bir Yaklaşım: Katılımcı Ergonomi. Celal Bayar Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi, 2(2), 27-35.
- Bayramoğlu, E., Özdemir, B., & Demirel, Ö. (2014). Gürültü Kirliliğinin Kent Parklarına Etkisi Ve Çözüm Önerileri: Trabzon Kenti Örneği. İnönü Üniversitesi Sanat ve Tasarım Dergisi, 4(9), 35-42.
- Camkurt, M. Z. (2007). İşyeri çalışma sistemi ve işyeri fiziksel faktörlerinin iş kazaları üzerindeki etkisi. TÜHİS İş Hukuku ve İktisat Dergisi, 21(1), 80-106.
- Çepel, N., 1994. Peyzaj Ekolojisi i.Ü. Orman Fak. Yayın. No: 429, İstanbul, 228 s
- Çögenli, M. Z. (2013). Üniversitelerde Mobbing'in incelenmesi ve akademisyenler üzerine bir uygulama. Yayımlanmamış Doktora Tezi) Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Güler, Ç., & Çobanoğlu, Z. (1994). Gürültü. Çevre Sağlığı Temel Kaynak Dizisi, 19.
- Kalkış, İ., & Demir, S. (2012). İşverenin iş sağlığı ve güvenliği eğitimi verme yükümlülüğü üzerine bir inceleme. Çalışma İlişkileri Dergisi, 3(1), 23-47.
- Korkmaz, A., & Avsallı, H. (2012). Çalışma hayatında yeni bir dönem: 6331 sayılı iş sağlığı ve güvenliği yasası. Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi, 2012(26), 153-167.
- Kural, L., 1990. Gürültü ve Çevre Bilim ve Teknik Derg., 23 (271), 21-23, Ankara
- Mezarcıöz, S., & Oğulata, R. T. (2014). 6331 Sayılı İş Sağlığı Ve Güvenliği Kanunu-Tekstil İşletmelerinde İsg (İş Sağlığı Ve Güvenliği) Sorunları. Engineer & the Machinery Magazine, (655).
- Seçkiner, S. U., & Kurt, M. (2004). Ofis Güvenliğinin Değerlendirilmesi İçin Geliştirilmiş Ergonomi Teknolojisi: Kairos, Örnek Uygulama. Gazi Üniv. Müh. Mim. Fak. Der, 19(1), 37-38.
- Soylu, M., & Gökkuş, Ö. (2016). Endüstriyel Kaynaklı Gürültü Kirliliğinin Araştırılması ve Bir Tekstil Fabrikasında Uygulama Örneği. Erciyes Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Fen Bilimleri Dergisi, 32(2).
- Ulucan, H. F., & Zeyrek, S. (2012). Ofislerde iş sağlığı ve güvenliği. İş Sağlığı ve Güvenliği Genel Müdürlüğü', http://www.isgum.gov.tr/rsm/file/isgdoc/IG14-ofislerde_isg.pdf, (Erişim Tarihi 24 Ocak 2014), 4-17.
- Yılmaz, H., & Özer, S. (1997). Gürültü kirliliğinin peyzaj planlama yönünden değerlendirilmesi ve çözüm önerileri. Atatürk Üniversitesi Ziraat Fakültesi Dergisi, 28(3)

Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Sosyal Medyada 2019 Yerel Seçimlerindeki Muhtar Adaylarının Instagram Kullanımları

Instagram Uses of the Culture Candidates in the Social Media 2019 Local Elections As A Political Communication Tool

Doç. Dr. Ayda Sabuncuoğlu İnanç - Yasin Bozdemir† - Esra Doğan ‡*

Başvuru Tarihi: 21.11.2019

Kabul Tarihi: 13.02.2020

Özet

Günümüzde yaşanan teknolojik gelişmelerle 21. yüzyılda ortaya çıkan sosyal medya, siyasal pazarlamanın önemini daha çok artırmıştır. Sosyal medya son dönemde Amerika başta olmak üzere birçok ülkedeki siyasi aktörün seçim yarışından galip çıkmasını sağlamıştır. Sosyal medyadaki siyasal iletişim faaliyetleri özellikle Twitter, Facebook, Instagram gibi sosyal ağlarda yoğunlaşmaktadır. Kullanıcı sayısı hızla artan, sunduğu olanaklar giderek genişleyen Instagram platformu, siyasal pazarlama için uygun bir ortam sağlamaktadır. Bu bağlamda bir siyasal iletişim aracı olarak tercih edilen Instagram, yerel seçim yarışındaki muhtar adayları için de önem arz etmektedir. Bu doğrultuda çalışmada, seçim sürecinde muhtar adaylarının Instagram'ı kullanım düzeylerine ulaşmak ve demografik bir kullanım haritası oluşturmak amaçlanmıştır. Bu amaçla 31 Mart 2019 yerel seçimleri için muhtar adayları tarafından üretilen içeriklerin yer aldığı hashtagler saptanmış ve hashtag kategorileri çerçevesinde 850 farklı adaya ait 850 içerik belirlenerek içerik analizi yöntemiyle incelenmiştir. Sonuçlara göre; siyasal pazarlama aracı olarak Instagram kullanımı, muhtar adaylarının genelinde tatmin edici düzeyde olsa da kadın adaylarda ve 45-79 yaş arası adaylarda yeterince yaygınlaşmamıştır. Bunun yanı sıra adaylıkların belli şehirlerde, coğrafi bölgelerde ve demografik faktörlerde yoğunlaştığı görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yerel Seçim, Muhtar Adayı, Sosyal Medya, Siyasal İletişim, Instagram, Hashtag

Abstract

Social media, which emerged in the 21st century with technological developments, has increased the importance of political marketing more nowadays. Social media has recently led political actors in many countries, especially America, to emerge victorious from the election race. Political communication activities in social media are particularly concentrated in social networks such as Twitter, Facebook, Instagram. Instagram provides a suitable environment for political marketing because the number of users is rapidly increasing and its possibilities are

* Sakarya Üniversitesi İletişim Fakültesi Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Böl., aydainanc@sakarya.edu.tr, ORCID: 0000-0003-4999-9663

† Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi,

yasinbozdemir@outlook.com, ORCID: 0000-0001-9052-0672

‡ Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Yüksek Lisans Öğrencisi,

doganesraa20@gmail.com ORCID: 0000-0001-7728-1013

expanding. Instagram, which is preferred as a means of political communication in this context, is also important for the headman candidates in the local election race. Accordingly, the study aimed to reach the Instagram usage levels of headman candidates during the selection process and to create a demographic usage map. To this end, hashtags containing content produced by headman candidates for the 31 March 2019 local elections were identified and 850 content belonging to 850 different candidates were identified within the framework of hashtag categories and examined by content analysis method. According to the results, the use of Instagram as a political marketing tool has not been sufficiently widespread in female candidates and candidates between the ages of 45-79, although it is satisfactory in the majority of candidates. In addition, nominations are concentrated in certain cities, geographic regions and demographic factors.

Keywords: Local Election, Headman Candidate, Social Media, Political Communication, Instagram, Hashtag

Giriş

Bireyin en önemli gereksinimlerinden biri olan iletişimle toplumsal alanı düzenleyici siyaset arasında yakın bir ilişki bulunmaktadır. Son yıllarda iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler birçok alanda olduğu gibi siyasi düzlemde de hissedilmektedir. İletişim teknolojilerinde ortaya çıkan en büyük gelişme, anlık etkileşim ve geribildirime imkan tanıyan sosyal medyanın ortaya çıkmasıdır. Sosyal medya; alternatifli içerik üretimi, ucuz maliyeti, yüksek tesir gücü, kitlelere anlık ileti gönderimi gibi birçok özelliği bir araya getirmektedir. Bu yeni medya iletişim ve siyaset ilişkisine yeni bir boyut kazandırmıştır. Bu bağlamda özellikle son on yıldır siyasi aktörler tarafından siyasal pazarlama amacıyla kullanılmaktadır. Siyasal pazarlama; partileri ve adayları seçmen kitlesine tanıtmak, vaatleri duyurmak, oy kazanımı sağlamak gibi önemli işlemlere sahiptir. Mahalli seçimlerde yarışan, yerel yönetim birimlerinden muhtarlar da her siyasi aktör gibi siyasal iletişim faaliyetlerine gereksinim duymaktadır. Sosyal medya platformlarından Instagram, sahip olduğu nitelikler sayesinde siyasal pazarlama amaçlı çalışmalar için yoğun olarak kullanılmaktadır. Bu bağlamda muhtar adaylarının da Instagram'da siyasal iletişim faaliyetlerine yer vermeleri beklenmektedir. Bu doğrultuda araştırmada, siyasal iletişim faaliyetleri çerçevesinde muhtar adaylarının Instagram'ı kullanım düzeylerini ortaya çıkartmak amaçlanmaktadır. Ayrıca demografik özellik, yaş, cinsiyet, aday olunan il ve coğrafi bölge gibi bilgiler yardımıyla muhtar adaylıklarına dair genel bir tablo sunmak hedeflenmektedir. Literatürde muhtarların seçim çalışmalarına odaklanan yeterince çalışma yer almamaktadır. Dolayısıyla bu araştırma bir ilk niteliği taşımakta olup muhtarların sosyal medyadaki siyasal iletişim çabalarına ışık tutması açısından önemlidir. Bu çalışmada istenen sonuca ulaşılabilmek için içerik analizi yöntemi kullanılarak Türkiye'nin dört bir yanındaki muhtar adayları tarafından üretilen içerikler analiz edilmiştir.

Siyasal İletişim

Siyaset, insanlık tarihi ile birlikte ortaya çıkan, binlerce yıldan beri varlığını sürdüren bir kavramdır. Bu süreç içerisinde siyaset ile alakalı yapılan birbirinden farklı tanımlar göze çarpmaktadır. Bireysel ve toplumsal hayatın düzeni için gerekli olan kaidelerin oluşturulması, gerektiğinde değiştirilmesi, muhafaza edilmesi için insanlar tarafından ortaya koyulan çabalar siyaset olarak adlandırılmaktadır (Heywood, 2017, s. 24). Siyaset, siyasi otoritenin topluma ait olan soyut ve somut parçaları, yasal çerçevede toplum yararına sunmaktadır (Easton, 1965, s. 129; Aktaran: Topbaş, 2009, s. 25). Siyaset, toplum içerisindeki benzer olmayan grupların, kuvvet kaynaklarının uzlaşıda bulunmasıdır. İletişim ise etkileşim amacıyla meydana getirilmiş müşterek simgeler üzerinden mutabakat sağlanmasıdır. Bu doğrultuda siyaset ile iletişim

birbirinden ayrı düşünülmemektedir. Siyaset kurumu iletişimden bağımsız faaliyet sürdürememektedir (Smith, 1990, s. 7; Aktaran: Korkut, 2018, s. 29). Rasyonel ve duygusal nitelikli sembollerin aktarımı olarak tanımlanan iletişim, birçok alanda olduğu gibi siyasette de başat rol oynamaktadır. Siyasette belirlenen amaca ulaşılabilme adına iletişimden faydalanılmaktadır (Zeybek, 2016, s. 25). Bu durum siyasal iletişim kavramını ortaya çıkarmaktadır. Siyasal iletişim, siyasal aktörlerin siyasi ideallerini bireylere, toplumlara, devletlere, uluslararası kuruluşlara benimsetmek, belirli durumlarda bunlara fiili nitelik kazandırmak amacıyla iletişim kaynakları aracılığıyla gerçekleştirilen iletişimsel çabalar (Aziz, 2017, s. 3). Bu siyasal aktörler; “devlet başkanı, hükümet, siyasal partiler, yerel yönetimler, sivil toplum örgütleri, baskı grupları, sivil itaatsizlik, lobcilik (kulis) faaliyeti ve terör gruplarıdır” (Vural, 2009, s. 154). Siyasal iletişim kavramı bir başka tanımda ise, siyasa içerisinde varlık gösteren siyasi birey ya da kuruluşların hedef kitleler ile olumlu ilişkiler kurarak siyasi otorite olabilmek adına tek yönlü ve etkileşimli iletişimde bulunmaları olarak karşımıza çıkmaktadır. İlgili iletişim sürecinin ana unsurları reklam, propaganda ve halkla ilişkilerdir (Özkan, 2004, s. 38; Aktaran: Fidan, 2015, ss. 105-106). Siyasal iletişim kavramının tarih sahnesine çıkması ve işlerlik kazanması ilk olarak Antik Yunan dönemidir (Aziz, 2017, s. 1). ABD’de 1948 tarihindeki başkanlık seçimleri, siyasal iletişim faaliyetlerinin profesyonel düzlemde ilk kez kullanılması yönünden önem taşımaktadır (Aktaş, 2004, s. 51; Aktaran: Zeybek, 2016, s. 27). Siyasal iletişim birçok fonksiyonu bünyesinde barındırmaktadır. Siyasal iletişimin işlevleri; haber, enformasyon ve kültür içeriklerinden toplumu haberdar etmek, siyasetin işlev kazanmasına katkıda bulunmak, topluma dair ilkelerin iletimini sağlamak, ikna etme görevi üstlenmek, mevcut erk hususunda denetime katkı sağlarken muhalif kanat üzerinde de sınırlayıcı rol oynamak, siyasi katılımı yaygınlaştırmak, manipülasyon ve algı yönetimini engellemek, genel anlamda toplumdaki ayrışma ve parçalanmayı ortadan kaldırırken belirli durumlarda da kısmi ayrılıkları desteklemek, gündemi belirlemek, kamuoyundaki talepleri yakından izleyerek tespit etmektir (Çobanoğlu, 2007, ss. 46-47; Aktaran: Zeybek, 2016, ss. 29-30).

Siyasi aktörler tarafından gerçekleştirilen siyasal iletişimin yönelimi hedef kitle bağlamında farklılık göstermektedir. Bu bağlamda siyasal iletişim türleri, iç siyasal iletişim ve dış siyasal iletişim olmak üzere iki ayrı kategoriye ayrılmaktadır. İç siyasal iletişim, yerellik odaklıdır ve özellikle seçim bağlamında iç politikaya özgü unsurları barındırmaktadır. Bu doğrultuda hedef kitle, belirli bir bölge veya ülke içerisindeki kesimler olmaktadır. Dış siyasal iletişim ise ülke sınırlarını aşan uluslararası bir özellik taşımaktadır. Dış siyasal iletişimde medya aracılığıyla gönderilen mesajların muhatabı diğer devletler, uluslararası örgütler ve topluluklardır. Günümüzde ülkelerin birbirleri ile olan ilişkilerinin hayati önem arz etmesi dışa dönük siyasal iletişimin gerekliliğini kaçınılmaz kılmaktadır (Genel, 2010, ss. 77-78). Siyasal aktör ve hedef kitlenin konumuna göre siyasal iletişim, iletişimin gerçekleştiği mekan bağlamında yüzyüze iletişim ve kitle iletişim araçlarıyla yapılan uzaktan iletişim olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Aziz, 2017, s. 50). Belirli bir araç ve aracı kullanmadan, kişilerin birbirleriyle sohbete dayalı, sözlü iletişim kurmasına yüz yüze iletişim (canvassing) denilmektedir. Yüz yüze iletişim, geribildirim anlık alınması ve içtenlik içermesi nedeniyle siyasal iletişimde önemlidir (Kalender, 2000, s. 111). Yüz yüze iletişim (canvassing) yöntemi biçimlerine göre resmi ve gayriresmi olarak adlandırılmaktadır. Konferans, kongre, seminer gibi etkinliklerde gerçekleştirilenler resmi; esnaf ve ev ziyaretleri, düğün vb. cemiyetlerde öne çıkanlar ise gayriresmi olarak göze çarpmaktadır (Kılıçaslan, 2008, s. 36; Aktaran: Genel, 2010, s. 80). Uzaktan iletişim, siyasal iletişim taraflarının yüz yüze gelmediği, aynı ortamı paylaşmadığı halde bir araç üzerinden iletişimin gerçekleştiği durumları ifade etmektedir. Bu araçlar önceleri mektup, telgraf, faks, telefon olarak karşımıza çıkarken teknolojik gelişmeler sonucu internet,

bilgisayar gibi unsurların da dahil olduğu kitle iletişim araçlarıdır (Aziz, 2017, s. 51). Kitle iletişim araçları, siyasi mesajların aktarımı konusunda sağlıklı ve hızlı bir araçtır. Kitle iletişim araçlarının siyasi düzlemdeki faydaları bununla da sınırlı kalmamaktadır. Bu araçların yoğun olarak kullanıldığı toplumlarda siyasi farkındalık ve siyasi katılım yüksektir (Çukurçayır, 2002, s. 72; Aktaran: Dilber, 2012, s. 159).

Seçim Kampanyaları

Siyaset sahnesinde demokratikleşmeyle paralel olarak gelişim gösteren seçim olgusu, kampanya çalışmalarını da beraberinde getirmektedir. Seçim dönemlerinin başat unsuru olan seçim kampanyaları siyasal iletişimde yer tutan önemli bir unsurdur. Hedef kitle bağlamında siyasi aday tanıtımının yapılması, aday tanınırlığının sağlanması, rekabette avantaj elde edilmesi, seçim yarışında yeterli oy kazanılması gibi hedeflerle gerçekleştirilen çabalar seçim kampanyası olarak adlandırılmaktadır (Bongrand, 1992, s. 17; Aktaran: Avcı, 2015, s. 178). Seçim kampanyalarının ilk olarak 1930'lu yıllarda önem kazanmaya başladığı görülmektedir (Kalender, 2000, s. 91). Türkiye'deki ilk seçim kampanyası 1950 yılındaki genel seçimlerde gerçekleştirilmiştir (Özkan, 2002, ss. 26-27; Aktaran: Avcı, 2014, s. 26).

Seçim kampanyaları önceden belirlenmiş bir plan içerisinde yürütülmelidir. Seçim kampanyalarının hazırlık süreci beş aşamadan oluşmaktadır. Bunlar kampanyalarda; hedeflerin saptanması, izlenecek yol ve yöntemlerin tayin edilmesi, seslenilmek istenen seçmenlerin tahlil edilmesi, ana görüş ve düşüncenin oluşturulması, medyanın dahil olduğu aşamalarıdır (Erdil ve Pirtini, 1994, s. 78; Aktaran: Aktaş, 2004, ss. 85-86). Seçim kampanyalarının birçok işlevi bulunmaktadır. Seçim kampanyaları hedef kitlenin davranış ve düşüncelerinde olumlu yönlendirmeye sebep olduğu gibi aday ya da parti için oy kazanımı meydana getirmekte, hedef kitlede fikir farkındalığı oluşturmakta, aday tanınırlığını sağlamakta böylece seçmen kitlenin adaylar hakkında fikir sahibi olmasını kolaylaştırmaktadır. Seçim kampanyaları sayesinde bireyler, topluluklar siyasete karşı olumlu tutum beslerken, ilgili kampanyalar ülke ve toplumun karşı karşıya kaldığı problemleri yansıtmasından ötürü kitleleri bilinçlendirmekte ayrıca aday ve parti yararına pozitif bakış açısı oluşturarak rakip siyasi unsurlara karşı da olumsuz yaklaşım sergilemektedir (Uztuğ, 1999, ss. 20-21; Aktaran: Zeybek, 2016, ss. 38-39).

Siyasal Pazarlama

Siyasal aktörlerin özellikle kampanyalar ile ilintili iletişim çabaları siyasal pazarlama kavramını gündeme getirmektedir. Belirli siyasal hedefler doğrultusunda parti veya adayın seçmenlerle olumlu ilişki kurması amacıyla siyasi ve seçim odaklı tasarıların düzenlenmesine, tahlil ve tatbik edilmesine siyasal pazarlama denilmektedir (O'Cass, 1996; Aktaran: Akyüz, 2014, s. 7). Siyasal pazarlama ile klasik pazarlama birbiriyle benzeşim göstermektedir. Bu durumdan dolayı pazarlama karması unsurları siyasi düzleme uyarlanabilmektedir (Yüce, 2014, s. 100; Aktaran: Demirtaş, 2015, s. 58). Siyasi parti ve adayların siyasal pazarlama sürecinde ürün, fiyat, dağıtım, tutundurma olarak bilinen pazarlama karması elemanları önem arz etmektedir (Bowler ve Donuvan ana Fernandez, 1996, s. 172; Aktaran: Uslu Divanoğlu, 2008, s. 106). Siyasi ürün; siyasi partiler, liderler, adaylar, görüşler gibi faktörleri kapsamaktadır. Ülke ve toplumun içinde bulunduğu konjonktür, siyasi ürünlerin seçmenler tarafından tercih edilme düzeyini etkilemektedir (İslamoğlu, 2002, s. 116). Siyasi ürün, parti ve seçmen topluluğu ilişkisinin temel taşı niteliğindedir. Partilerin seçmenler tarafından değerlendirilme ölçütü, ortaya koyulan siyasi ürünün faydalı olup olmamasıdır. Bu durum direkt olarak partinin oy kaybına ya da kazanımına yol açmaktadır (Çiftlikçi, 1996, s. 105). Siyasi fiyat; sunulan vaatler karşılığında seçmenlerin siyasi parti veya adaya verdikleri oy, partiye yaptıkları bağışlar, üyelerin aidat ödemeleridir (Tek, 1999, s. 495; Aktaran: Eroğlu ve Bayraktar, 2010, s. 189). Seçmen kitlesi, en yüksek yarar

hususunu gözeterek oy verme işlemiyle adaylar arasından satın alım yapmaktadır (Tan, 2002, s. 15). Siyasal pazarlamadaki dağıtım, siyasi mesajları seçmenlerle zaman, ekonomi, ortam bakımından en sağlıklı biçimde buluşturmadır (İslamoğlu, 2002, s. 135). Dağıtım kanalları, partilerin il ve ilçe teşkilatları başta olmak üzere ilgili tüm yapıları ihtiva etmektedir (İnal ve Karabacak, 1995, s. 156). Siyasal pazarlamada hedef kitleyi ikna ederek ve onlara bilgi vererek oy elde etmek üzere gerçekleştirilen iletişim çabaları, tutundurma faaliyetleri olarak adlandırılmaktadır (Tan, 2002, s. 15). “Belli başlı tutundurma faaliyetleri kişisel propaganda, reklâm, halkla ilişkiler, oy artırıcı araçlardır” (Uslu Divanoğlu, 2008, s. 114). Siyasal pazarlamada tutundurma faaliyetinin önemi yadsınmaz çünkü bir siyasi ürün güçlü, etkileyici iletişimsel yöntemle desteklenmelidir (Ingram ve Less-Marshment, 2001, s. 46; Aktaran: Yalçınkaya, 2018, s. 201). Siyasal pazarlama etkinliğinde seçmenler söz konusu olduğunda ortaya çıkan başat kavram tutundurma karmasıdır (Lees-Marshment, 2009, s. 162; Aktaran: Demirtaş ve Orçun, 2015, s. 43).

Siyasal pazarlama karmasının en önemli parçasını oluşturan tutundurma araçlarının arasına internetin gelişimiyle birlikte ortaya çıkan sosyal medya kavramı da dahil olmuştur. Günümüzde siyasal aktörler iletişim faaliyetlerine sosyal medya platformlarında sıklıkla yer vermektedirler. Bu bağlamda siyasi partiler, milletvekili ve belediye başkan adayları başta olmak üzere muhtar adayları dahil siyasal aktörlerin tümü sosyal medyadan yararlanmaktadırlar. Bu durum, sosyal medya ve siyaset ilişkisinin incelenmesini gerekli kılmaktadır.

Sosyal Medya ve Siyasal İletişim İlişkisi

Günümüzde bireylerin, toplulukların yanı sıra özel ve resmi kuruluşların da kullanımında yer alan sosyal medya kavramı, siyaset alanında da varlığını hissettirmektedir. İnternet dünyasında ikinci nesil teknoloji olarak tanımlanan web 2.0, kullanıcıya enformasyon aktarımı ve etkileşim özelliği sunmakta ayrıca bünyesinde birçok sanal işlevsellik de barındırmaktadır (McLoughlin ve Lee, 2007; Aktaran: Göksün vd., 2018, s. 509). Web 2.0 teknolojisi internet tabanlı sosyal medya olgusunun kaynağı ve geliştiricisi niteliğindedir. Sosyal medya, kullanıcılar özelinde içerik üretimi ve paylaşımı sağlayan bütünleştirici uygulamalardır (Kırcova ve Enginkaya, 2015, s. 4; Aktaran: Dumlu, 2018, s. 202). Sosyal medya denildiğinde her ne kadar ilk akla gelen uygulamalar instagram, facebook, youtube, twitter olsa da sosyal medya kavramı bunlarla sınırlı değildir. “Bloglar, mikrobloglar, sosyal ağ siteleri, medya paylaşım siteleri, vikiler, lokasyon bazlı servisler, RSS ve podcast’ler gibi sanal ortamlar günümüzün en yaygın ve bilinen sosyal medya araçları olarak kabul görmektedirler” (Akar, 2011, s. 14; Aktaran: Onat ve Okmeydan, 2015, s. 83). Sosyal medya, mobil veya web temelli, kullananlara içerik yönetimi ve hakimiyeti veren, düşüncelerin rahatlıkla dışavurulabildiği, esnek bir dünyadır. Geleneksel medya içeriklerindeki sınırlılık, yeni medyada yerini sınırları geniş medya biçimlerine bırakmaktadır. Geleneksel medyada kullanım yönünden hakimiyet medyanın kendisindeyken sosyal medyada bu güç kullanan kişi ya da kesimlerde (Klieber, 2009, s. 8; Aktaran: Bostancı, 2014, s. 85). Başta partiler olmak üzere siyasi aktörler için sosyal medya oldukça önemlidir. Siyasi aktörler, kendilerine ait internet sitelerinden bilgilendirme gerçekleştirerek, Youtube üzerinden video yayınlarken, Facebook, Twitter, Instagramda mevcut ve potansiyel seçmenler ile etkileşim sağlayarak, Google reklamlarını kullanarak siyasal iletişim faaliyetinde bulunmaktadır (Devran, 2011, s. 12; Aktaran: Bostancı, 2014, s. 88). Sosyal medyanın kendine özgü kolaylıklar barındırması neticesinde zaman ve mekan sınırı olmadan bilgiye ulaşım mümkündür. Bu durum, siyasi mesajlara erişimi de kolay kılmaktadır. Sonuç olarak siyasal iletişimde sosyal medyanın tercih edilirliliği artmaktadır (Maarek, 2014, ss. 15-16; Aktaran: Tehci, 2018, ss. 70-71).

Sosyal medya, internet teknolojisinin gelişmesinin sonucu olarak geleneksel medya araçlarından daha fonksiyoneldir. Siyasi partilerin sosyal medyayı tercih etmesinin birtakım nedenleri bulunmaktadır. Bunlar; parti ve adayların tanınırlığını arttırmak ve onların görüşlerini aktarmak, anlık ve sorunsuz enformasyon aktarımı sayesinde partiyle ilgili gelişmelerden seçmen topluluğunu haberdar etmek, mevcut ve potansiyel seçmelerin fikirlerini dikkate almak, meşru sınırlar içinde partiye bağlı olmak, parti ve adayın faaliyetlerini yeni medya haricinde de diri tutmaktır (Bayraktutan vd., 2012, ss. 6-7). Sosyal medyanın etkileşimli yapısı toplumla ilişkileri canlı tutmakta ve özellikle seçmen kitledeki nötr bireylerde siyasal aktöre karşı pozitif yönelim oluşturmaktadır. Bu yapı hem klasik tür ve teknikler hem de siyasal iletişim alanına yeni bir soluk getirmiştir (Öztürk, 2014, s. 400; Aktaran: Silsüpür, 2016, s. 732). Sosyal medya uygulamaları siyasiler için etkili birer araçtır. Sosyal medya araçlarını dünya üzerinde birçok ünlü siyasetçi kullanmaktadır. Bunun nedeni, sosyal medyayı seçmen kitlenin büyük bir bölümünün kullanması ayrıca siyasal aktörlerin fikirlerini ve ideolojilerini seçmenlerin rahatlıkla yorumlama imkanlarının bulunmasıdır. Bu sayede siyasiler zamandan, emekten tasarruf ederek, miting için sahaya inmeden, hedef kitledeki geribildirimi sağlıklı bir şekilde almakta, seçmenin nabzını anlık olarak ölçebilmektedir (Sütçü vd., 2013, ss. 185-186). Sosyal ağ sitelerinin siyaset ile ilişkisi 2006 yılına doğru uzansa da Facebook ilk kez 2008 yılındaki ABD başkanlık seçimlerinde aktif rol oynamış bulunmaktadır. Milyonlarca üyeye sahip Facebook'un siyaset sahnesindeki başarısı bu seçimlerde ortaya çıkmış ve sosyal medya/siyaset ilişkisi dikkatleri üzerine çekmiştir (Carlisle, 2013, s. 891; Aktaran: Akyol, 2015, s. 102). We are social ve Hootsuite tarafından hazırlanan **Digital 2019 Turkey** verilerine göre Türkiye'de 60 milyona yakın internet kullanıcısı bulunmaktadır. Ayrıca 52 milyon sosyal medya kullanıcısı mevcuttur ve bunlardan 44 milyonu mobil cihazlar vasıtasıyla sosyal medyaya erişim imkanı sağlamaktadır (<https://wearesocial.com>).

Türkiye'deki seçim kampanyalarında internet kullanımının ilk defa 2009 yılındaki yerel seçimlerde ortaya çıktığı görülmektedir. Bu doğrultuda Ak Parti tarafından siyasi içerikli blog ve forum açılmış, partiye ait sosyal medya hesapları da partinin internet sitesine bağlanarak kullanıcıların ilgisine sunulmuştur (Sarı, 2010; Aktaran: Onat ve Okmeydan, 2015, s. 84). Türkiye'de en çok tercih edilen sosyal medya platformu listesinde zirvede Youtube yer almakta hemen ardından da Instagram gelmektedir (<https://wearesocial.com>).

Instagram akıllı telefonların yaygınlaşmasıyla ortaya çıkan, kullanıcıların anlık veya geçmişteki görüntülerini paylaşma olanağı sağlayan bir sosyal medya uygulamasıdır. Bunun yanı sıra Instagram; Facebook, Twitter, Foursquare gibi diğer sosyal ağ platformlarına bağlanabilme özelliği göstermektedir (Salamon, 2013, s. 408; Aktaran: Konuk, 2019, s. 4).

Instagram, Türkiye'deki sosyal medya platformları arasında tercih edilirlilik ve kullanıcı sayısı bakımından hızlı bir yükseliş göstermektedir. Türkiye'de 2019 yılı verilerine göre 38 milyon Instagram kullanıcısı bulunmaktadır (<https://wearesocial.com>).

Sosyal Medya ve Genel Seçim

Sosyal medya olarak bilinen Facebook, Instagram, Twitter, YouTube gibi sosyal iletişim platformları 2004 yılından sonra kitlelerin hayatında yerini almıştır. Kitleler birbirleriyle bilgi paylaşabilmek, iletişim kurabilmek, özgün içeriklerini paylaşabilmek ya da bir konunun/olayın içeriğine katkıda bulunabilmek imkanına bu siteler sayesinde kavuşmuştur. Sosyal medya kitlelere bu olanakları sağladığı için kısa sürede kitlelerin hayatında önemli bir yer edinmiştir. Sosyal medya platformlarının kitleler tarafından yoğun bir şekilde kullanılması siyasal yöneticilerin dikkatini çekmiş ve sosyal medyayı siyasal iletişim alanında kullanmaya

başlamalarını sağlamıştır. Siyasal partilerin ve adayların hem seçim sürecinde hem de diğer zamanlarda halk ile iletişim kurmalarında büyük etkisi olan kişisel veya kurumsal web siteleri kurmaları büyük avantaj sağlamaktadır. Web siteleri ve kişisel hesaplar vasıtası ile her türlü bilgi (sözlü, yazılı, görsel, animasyon vb.) sosyal medyaya aktarılabilir ve seçmenler her an her yerden bilgilendirilebilmektedir. Aynı zamanda sosyal medya, karşılıklı etkileşim sağlamanın yanında kamuoyu oluşturabilmesi ve merak edilen konuları ve sorunları açıklığa kavuşturma, il, ilçe örgütleri ve seçmenle hızlı ve kolay iletişim kurabilmesi internetin siyasal iletişime getirdiği en önemli yeniliklerden olmuştur (Engin, 2006, s. 28).

Online siyaset diye tabir edebileceğimiz internet tabanlı siyasal iletişim uygulamalarının ilk uygulandığı ülke ABD'dir. 2000' li yıllarda "Web 2.0" tabanına geçilmesi ve siyasiler tarafından keşfedilmesiyle internet medyasında sıklıkla başvurulmaya başlamıştır. ABD'de 2008 yılında yapılan Başkanlık seçimleriyle doruğa ulaşarak bir milat teşkil etmiştir (Genel, 2012, ss. 24-25).

Amerika Başkanlık Seçimleri' ne bakıldığında General Eisenhower'ın radyoyu kullanarak seçim kazanmış ilk başkan olduğu, John F. Kennedy'nin ise televizyonu kullanarak başkanlık seçimlerini kazanan ilk başkan olduğu bilinmektedir. Barack Obama'nın ise dijital teknolojileri kullanarak ve interneti arkasına alarak özellikle sanal sosyal ağları adeta fethedercesine seçim stratejisi oluşturması, ona internet ortamı aracılığıyla seçim kazanmış ilk başkan olma sıfatını kazandırmaktadır (Akıncı Vural ve Bat, 2009, s. 2758). Facebook bu seçimde siyasal katılımı harekete geçirme aracı olarak siyasal partilerin, adayların ve medya kuruluşlarının ilgisini çekmiştir (Carlisle ve Patton, 2013, s. 891; Aktaran: Akyol, 2015, s. 102). 2008 ABD'de başkanlık seçimlerinde, Obama'nın seçim kampanyalarında sosyal medyadan yararlanarak seçmenlerden oyların %52'sini alması ve eyaletler kapsamında son 30 yılda hiçbir Demokrat Partili başkan adayının elde edemediği bir başarıyı elde etmesini sağlamıştır. 2008 ABD başkanlık seçimlerine kadar siyasiler tarafından en güçlü iletişim aracı olarak geleneksel medya görülmüştür. 2008 yılında ABD'de yapılan başkanlık seçimleriyle birlikte sosyal medya siyasetin gündemine hızlı bir şekilde giriş yapmıştır. Gazete, radyo, televizyon ve diğer geleneksel medya araçları siyasilerin seçmenlere ulaşmasında alternatifsiz konumunu korumuştur. Obama'nın 2008 seçimlerindeki sosyal medya stratejisi 2012 başkanlık seçimlerinde de devam etmiştir. Bu seçimde en yoğun kullanılan sosyal medya uygulaması olan Twitter, siyasal etkileşim için geniş bir alan yaratmıştır. Bu döneme kadar dijital enformasyon kaynağı olarak oldukça etkili ve önemli bir konuma sahip olan siyasal bloglar bu seçimle birlikte yerlerini Twitter'a bırakmıştır (Mills, 2012). ABD başkanlık seçimlerinde sosyal medyanın Obama tarafından başarıyla kullanılması sosyal medyanın siyasal seçim kampanyaları için ne kadar önemli bir araç olduğunu göstermiştir.

Sosyal medyanın etkili olduğu bir başka siyasal seçim kampanyası örneği de 2013 İtalya genel seçimi olmuştur. Asıl mesleği komedyenlik olan Beppe Grillo'nun seçimlerden üç yıl önce Facebook'ta bir grup olarak başlattığı Beş Yıldız Hareketi kısa sürede geniş bir kitleye ulaşarak Grillo'nun yeni bir parti kurmasını ve seçimde aday olmasını sağlamıştır. Siyasal alanda hiçbir tecrübesi ve geçmişi olmayan Grillo'nun Beş Yıldız Hareketi Partisi, %25,54 oy oranı ile bu seçimde parti bazında en çok oyu alan parti olmuştur (Köseoğlu ve Al, 2013, ss. 114-115).

2016 ABD başkanlık seçiminde siyasilerin, adayların, gazetecilerin ve seçmenlerin seçim döneminde Twitter'ı oldukça yoğun kullanmaları nedeniyle "Twitter Seçimi" olarak adlandırılmıştır. Seçimle ilgili toplam 1 milyar tweet gönderilmiş ve seçimden bir gün önce dakikada 27 bin tweet paylaşılmıştır (Gaudin, 2016). Donald Trump seçimden sonra Financial Times'a verdiği röportajda "Twitter olmasaydı başkan olamazdım, sosyal medyada yüz

milyondan fazla takipçim var, sosyal medya sayesinde yalan haber yapan geleneksel medyaya gitmek zorunda değilim” şeklinde açıklama yapmıştır (Barber vd., 2017; Aktaran: Tosyalı ve Sütçü, 2019, s. 67).

Türkiye’de siyasal seçim kampanyalarında bu zamana kadar başarılı bir sosyal medya seçim kampanyası görülmemiştir. 24 Haziran 2018 başlık seçiminde bu durum biraz değişti ve Cumhurbaşkanı Erdoğan’ın “Şayet bir gün milletimiz tamam derse ancak o zaman biz kenara çekiliriz” sözü üzerine başlayan tamam-devam tartışması seçim sosyal medyadan etkileşimli bir seyir izlemiştir. 2018 başkanlık seçimlerinde Ak Parti sosyal medyadan iki girişimde bulunmuştur. Birincisi; İlk Oy Hareketi idi. İkincisi ise, Game of Polls idi. İlk Oy Hareketi ile Ak Parti bir miktar takipçi yakaladı fakat Game of Polls da ödenen ücretin karşılığını alamadığı görülmüştür (<https://t24.com.tr>). İyi Parti’nin televizyonda yayın süresinin sınırlandırıldığından dolayı sosyal medyaya daha çok yönelmiş ve sosyal medyayı en iyi kullanan parti olmuştur. Cumhuriyet Halk Partisi ise çok sayıda video ile sosyal medyadan seçmenine seslenmiştir. Ak Parti gerek geleneksel medya gerekse sosyal medyada yürüttüğü siyasal seçim kampanyalarıyla seçmenleri etkilemiş ve seçimi kazanan taraf olmuştur.

Sosyal Medya ve Yerel Seçim

Yerel yönetimler kamu hizmetlerinin vatandaşa en yakın bir biçimde sağlanması ve idarede etkinlik ve verimliliğin sağlanmasında merkezi bir konuma sahip olmuştur. Yerel demokrasi bakımından yerel yönetimlerin seçimle gelmeleri büyük önem taşımaktadır. Anayasa’nın 67. Maddesinde yerel yönetimlerin karar organlarının seçimle iş başına geldikleri açıkça belirtilmiştir. Yerel seçim vatandaşların belirli süreler için köy, mahalle, belde, ilçe veya ilinin yerel hizmetlerini yerine getirmesi için yöneticilerini seçmesi demektir. Örnek olarak belediye başkanı seçimi ve muhtar seçimi yerel seçimlerdendir. Türkiye’de yerel seçimler beş senede bir gerçekleştirilmektedir (<https://www.milatgazetesi.com>).

2007 Genel Seçimleri’nde siyasi partilerin Web sayfalarının biraz daha işlevsel ve interaktif bir görünüme büründüğü, seçmenlerin soru, sorun, şikayet ve görüşlerini iletebilecekleri bir e-posta kutusu olduğu, internetteki siyasi reklamlarda da artış ortaya çıkmıştır. İlk kez 2009 yerel seçimlerinde “www.akparti.gen.tr” adresli bir forum ve “www.tayyip.biz” olmak üzere bir blog açılmış ve Türk siyasal yaşamında ilk kez sosyal medya ortamlarından faydalanılmıştır. Bu bağlamda tam anlamıyla internet destekli seçim kampanyası ilk kez burada gerçekleşmiştir. Ayrıca söz konusu sosyal medya hesapları partinin resmi web sayfasına bağlanarak site ziyaretçilerinin bu hesaplardan haberdar olmaları sağlanmıştır. Yine bu seçim döneminde birçok partinin gençlik kolları, parti ve adayları adına sosyal medya ortamlarında hesap açılmış ve bazı belediye başkan adayları da Facebook’ta oluşturdukları sayfalarından halka seslenilmiştir. Bu seçimlerden sonra ise neredeyse her partinin sosyal medyada aktif olarak yer alma çabası güttüğü görülmüştür (Sarı, 2010 ve Bayraktutan vd. 2012; Aktaran: Onat ve Okmeydan, 2015, s. 84).

2019 yılında yapılan yerel seçimlerde siyasiler, adaylar ve partilerin sosyal medya kullanımları ve etkileşimleri incelendiğinde; Twitter’da metin içerikli iletileri en çok kullanan aday 94 ile Binali Yıldırım olmuştur. 240 bin 315 etkileşimle Ekrem İmamoğlu metin içerikli iletileri en çok etkileşim alan aday olarak karşımıza çıkmaktadır. Bağlantı içerikli iletileri en çok etkileşim alan aday toplam 197 bin 32 etkileşimle Mansur Yavaş olmuştur. Adayların Twitter iletilerinde üç ve üzeri sayıda kullandıkları etiketlerin sonuçlarına göre #aşklaizmir etiketini 30 tekrarla kullanan Soyer ilk sırada yer almaktadır. Onu Yavaş’ın #yavaşıyavaşankara ve İmamoğlu’nun #imamoğluvarsaçözümvar etiketleri takip etmektedir. Facebook’ta fotoğraf içerikli iletileri en çok kullanan aday 79 ile AK Parti Konya Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Uğur İbrahim Altay olurken, fotoğraf içerikli iletileri en çok etkileşim alan aday toplam 425 bin 535 etkileşimle

CHP İstanbul Büyükşehir Belediye Başkan Adayı Ekrem İmamoğlu olmuştur. Facebook'ta metin içerikli iletileri en çok kullanan aday ve bu paylaşımlarla en çok etkileşim alan aday 8 iletiyle Uğur İbrahim Altay'dır. Facebook ve Twitter'da ki oranlardan da anlaşılacağı üzere yerel seçimde Ekrem İmamoğlu daha iyi bir başarı kazanmıştır (<https://www.marketingturkiye.com.tr>).

Sosyal Medya ve Muhtar Adayları

Yerel seçim tarihinin belli olmasıyla birlikte mahalle muhtarları kıyasıya bir yarışın içine girmiş bulunmaktadır. Türkiye'de 53 bin 405 muhtar, 5 yıllığına mahallesini temsil etmek için çalışmalarına devam etmektedir. Yerel seçimlere hazırlanan muhtar adayları, seçmenlerine ulaşabilmek için sosyal medyayı da etkili bir biçimde kullanmaktadır. Özellikle sosyal paylaşım siteleri olan Facebook, Instagram ve Twitter üzerinden yaptıkları paylaşımlarda seçim vaatlerini paylaşmaktadırlar. İlginç sloganlar ve özgeçmişler ile seçmenlerinin dikkatlerini çekmektedirler.

Türkiye yerel seçime hazırlanırken, mahalle muhtarları seçmenlerine ulaşmak için çalışmalarına devam etmektedir. Seçim afişleri ve broşürler caddelere ve sokaklara asılırken, sosyal medya da seçim hazırlıkları hızlanmaktadır. Muhtar adayları kendi isimlerine açtıkları hesaplarla sosyal medya üzerinden seçmenlerine ulaşmaktadır. Özellikle Facebook, Instagram, Twitter ve YouTube gibi sosyal paylaşım sitelerini kullanan muhtar adayları seçim vaatlerini seçmenleriyle paylaşmaktadır. Muhtar adayları gün içerisinde yaptıkları ziyaretleri, hizmetleri ve vaatlerini kişisel hesaplarından an ve an fotoğraflayarak ve paylaşarak seçmenlerden oy istemektedir. Muhtar adayları yapmış oldukları seçim vaatlerine sosyal medya üzerinden anından geri dönüş alabilmektedirler. Sosyal medyadan gelen geribildirim sayesinde muhtar adayları seçim çalışmalarını yönlendirebilmektedir. Sosyal medya platformlarının ücretsiz olması ve içeriklerin aynı anda binlerce kişiye ulaşması nedeniyle muhtar adaylarının öncelikli tercihleri arasında yer almaktadır.

Metodoloji

Araştırmanın Amacı

Günümüzde siyasal iletişim süreci dünya çapında çok fazla kullanıcıya sahip Instagram ile sağlıklı bir şekilde yürütülebilmektedir. Bu çalışmada, siyasal iletişim faaliyetleri doğrultusunda muhtar adaylarının Instagram'ı etkin bir şekilde kullanıp kullanmadıklarını belirlemek amaçlanmaktadır. Ayrıca muhtar adaylarının cinsiyet, yaş, aday olunan il ve coğrafi bölge kategorilerine göre sosyal medya kullanımlarını ortaya çıkartmak hedeflenmektedir.

Araştırmanın Önemi

Literatürde siyasal iletişim/siyasal aktör ilişkisinin konu alındığı çalışmalara rastlansa da muhtarlar ile ilgili araştırmalar tatmin edici düzeyde bulunmamaktadır. Bu çalışma; siyasal iletişim çatısı altında, muhtarların sosyal medyadaki faaliyetlerinin Instagram üzerinden ele alınması açısından bir ilk niteliği taşımaktadır. Ayrıca araştırmanın, mevcut ve potansiyel muhtar adaylarında siyasal pazarlama/iletişim ile ilgili farkındalık oluşturabileceği ve akademik alanda öncülük ederek literatüre de katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Nitel çerçeveye sahip bu çalışmada, bulguları elde etme yöntemi olarak içerik analizi kullanılmıştır. Haberlerde, siyasi söylemlerde yer alan sözcüklerin tahlilinden gazete verilerinin, tv programlarının, sinemada ve edebiyattaki karakterlerin tasvirine kadar pek çok alanda kayıtlı metinlerin araştırılmasını hedef alan araştırma yöntemi içerik analizi olarak adlandırılmaktadır (Neuendorf, 2002, s. 1; Aktaran: Yıldırım, 2015, s. 105). Araştırma başlangıcında 31 Mart 2019

yerel seçim temalı muhtar adaylıklarıyla ilintili üretilen içerikler, belirlenen hashtagler doğrultusunda saptanmıştır. Sınırlılık esasına uygun dikkatle incelenen içerikler 30 Mart 2019 saat 23:59'a kadar kaydedilerek örneklem oluşturulmuştur. Örneklemedeki içerikler, hashtag kategorilerine ve adayın cinsiyet, yaş aralığı, bulunduğu il/coğrafi bölge gruplamasına göre kodlama çizelgesine kodlanmıştır.

Araştırmanın Evren ve Örnekleme

Çalışmanın evrenini, Instagram platformunda 31 Mart 2019 yerel seçimleri muhtar adaylıkları temalı üretilmiş içerikleri barındıran 18 adet ana ve alt hashtag kategorileri oluşturmaktadır. Ana hashtag kategorileri #muhtar, #muhtarı, #muhtarlık, #muhtaradayı, #seçim2019, #yerelseçim2019; alt hashtag kategorileri ise #muhtarlar, #muhtari, #muhtarlik, #muhtaradayı, #muhtaradayları, #muhtaradayları, #seçimler2019, #secim2019, #secim2019, #yerelseçimler2019, #yerelseçim2019, #yerelseçimler2019 olarak belirlenmiştir. Bu kategorilerin tamamından elde edilen 850 farklı muhtar adayına ait toplam 850 adet içerik örneklem olarak araştırmaya dahil edilmiştir. Çalışmada, olasılıklı örneklem alma yöntemlerinden tabakalı örneklemeden yararlanılmıştır. Sınırları belirlenmiş bir evrende alt tabakaların veya alt birimlerin olması halinde tabakalı örneklemeden yararlanılmaktadır. Tabakalı örneklemede; evren içinde yer alan alt tabakalardan yola çıkılarak evren üzerinde çalışılmaktadır (Yıldırım ve Şimşek, 2005, s. 105). Örneklem büyüklüğü 850 olarak belirlenerek muhtar adaylarının cinsiyet ve yaş kategorilerine göre ayrılmış olup ilgili içerik sayıları Tablo 1.'de yer almaktadır. İçerik sayılarının alt ve ana hashtag kategorilerine göre toplam dağılımı Tablo 2.'de yer almaktadır.

Tablo 1. Aday Kategorilerine Göre İçerik Dağılımı

Kullanıcı Kategorileri	İçerik	Toplam
Erkek 18-44	340	559
Erkek 45-79	219	
Kadın 18-44	220	291
Kadın 45-79	71	
Erkek – Kadın 18-44	560	850
Erkek – Kadın 45-79	290	

Örneklem büyüklüğü olarak 850 farklı muhtar adayına ait 850 adet içerik kaydedilmiştir. İçerikleri oluşturan adaylar demografik ölçüde erkek adaylar ve kadın adaylar olarak cinsiyet kategorilerine, (18-44) ve (45-79) olmak üzere yaş kategorilerine ayrılmıştır. Bu doğrultuda kategoriler üzerinden tüm içeriklerin dağılımı yapılmıştır. Buna göre; 850 içeriğin 559 tanesi erkek muhtar adaylarından, 291 tanesi ise kadın muhtar adaylarından oluşmaktadır. Erkek (18-44) yaş kategorisinde 340 aday, erkek (45-79) yaş kategorisinde ise 219 aday saptanmıştır. Kadın (18-44) yaş kategorisine ait adaylar 220 iken, kadın (45-79) yaş kategorisine ait 71 aday belirlenmiştir. Toplamda (18-44) yaş kategorisine mensup erkek ve kadın adaylar 560, (45-79) yaş kategorisini oluşturan erkek ve kadın adaylar 290'dır.

Tablo 2. Ana ve Alt Hashtag Kategorilerine Göre İçerik Dağılımı

	Ana ve Alt Kategoriler	İçerik	Toplam
1	#muhtar	188	211
	#muhtarlar	23	
2	#muhtarı	7	11
	#muhtari	4	
3	#muhtarlık	120	146
	#muhtarlik	26	
4	#muhtaradayı	268	345
	#muhtaradayi	35	
	#muhtaradayları	29	
	#muhtaradaylari	13	
5	#seçim2019	29	59
	#seçimler2019	2	
	#secim2019	24	
	#secim2019	4	
6	#yerializeçim2019	64	78
	#yerializeçimler2019	6	
	#yerializecim2019	8	
	#yerializecimler2019	-	
Toplam		850	

Ana hashtag kategorisi olarak belirlenen #muhtar, #muhtarı, #muhtarlık, #muhtaradayı, #seçim2019, #yerializeçim2019 hashtagleri, #muhtarlar, #muhtari, #muhtarlik, #muhtaradayı, #muhtaradayları, #muhtaradaylari, #seçimler2019, #secim2019, #secim2019, #yerializeçimler2019, #yerializecim2019, #yerializecimler2019 alt hashtag kategorilerine ayrılmıştır. Bu ayırmada çoğul eki ve Türkçe karakterli, Türkçe karactersiz hashtag noktaları esas alınmıştır. Bu doğrultuda oluşturulan ana ve alt hashtag kategorilerinde 850 içerik sayısı saptanmıştır. Ana hashtag kategorilerindeki içerik sayısı toplam 676 olarak saptanmıştır. Ana hashtag kategorilerinden #muhtaradayı (268) içerik ile en yüksek içeriğe sahip ana hashtagdir. Bunu sırasıyla #muhtar (188), #muhtarlık (120), #yerializeçim2019 (64), #seçim2019 (29), #muhtarı (7) ana hashtagleri takip etmektedir. Alt hashtag kategorilerinden #muhtaradayı (35) içerik ile ilk sırada bulunmaktadır. Bunu; #muhtaradayları (29), #muhtarlık (26), #secim2019 (24), #muhtarlar (23), #muhtaradaylari (13), #yerializecim2019 (8), #yerializeçimler2019 (6), #muhtari (4), secim2019 (4), #seçimler2019 (2) alt hashtagleri takip ederken #yerializecimler2019 hashtag kategorisinde ise içerik saptanmamıştır. Alt hashtag kategorilerindeki toplam içerik sayısı 174'tür.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Örneklem içerikleri, bir muhtar adayına ait birden fazla içerik toplanmadan 30 Mart 2019 saat 23.59'a kadar alınmıştır. Bunun yanı sıra dini öğeler, milli bayramlar, özel günler ile alakalı mesajların yer aldığı içerikler örneklem içerisine katılmamıştır.

Araştırmanın Bulguları

Seçim sürecindeki muhtar adaylarının siyasal iletişim doğrultusunda Instagram'ı ne denli kullandıklarının belirlenmesi amacıyla gerçekleştirilen çalışmada elde edilen bulgular 11 tablo halinde sunulmuştur.

Tablo 3. Ana ve Alt Hashtag Kategorilerine Göre Frekans Dağılımı

	Ana ve Alt Kategoriler	Frekans	Toplam
1	#muhtar	372	424
	#muhtarlar	52	
2	#muhtarı	9	13
	#muhtari	4	
3	#muhtarlık	190	224
	#muhtarlik	34	
4	#muhtaradayı	519	681
	#muhtaradayi	88	
	#muhtaradayları	61	
	#muhtaradayları	13	
5	#seçim2019	108	156
	#seçimler2019	7	
	#secim2019	35	
	#secim2019	6	
6	#yerelseçim2019	80	105
	#yerelseçimler2019	12	
	#yerelsecim2019	10	
	#yerelsecimler2019	3	
Toplam		1603	

Yukarıda yer alan Tablo. 3, içeriklerde yer alan ana ve alt hashtag kategorilerinin kullanımını frekans olarak gözler önüne sermektedir. 850 içerikte ilgili hashtaglerin frekans açısından toplam 1603 kez kullanımı belirlenmiştir. Ana hashtag kategorilerine dair toplam 1278 frekans belirlenmiştir. Ana hashtag kategorileri arasında #muhtaradayı hashtagi (519) kez kullanılarak ilk sırada yer almaktadır. Bunun ardından #muhtar (372), #muhtarlık (190), #seçim2019 (108), #yerelseçim2019 (80), #muhtarı (9) hashtagleri frekans sıklığına göre sıralanmaktadır. Alt hashtag kategorilerinden #muhtaradayı (88) kez kullanılarak ilk sırada bulunmaktadır. Bunu; #muhtaradayları (61), #muhtarlar (52), #secim2019 (35), #muhtarlik (34), #muhtaradayları (13), #yerelseçimler2019 (12), #yerelsecim2019 (10), #seçimler2019 (7), #secim2019 (6), #muhtari (4), #yerelsecimler2019 (3) alt hashtagleri takip etmektedir. Alt hashtag kategorilerinde toplam 325 frekans elde edilmiştir. Bunun yanı sıra ana hashtage bağlı olarak üretilen alt hashtagler birlikte ele alınıp incelenmiştir. Bu doğrultuda #muhtar ve #muhtarlar (424), #muhtarı ve #muhtari (13), #muhtarlık ve #muhtarlik (224), #muhtaradayı, #muhtaradayi, #muhtaradayları, #muhtaradayları (681), #seçim2019, #seçimler2019, #secim2019, #secim2019 (156), #yerelseçim2019, #yerelseçimler2019, #yerelsecim2019, #yerelsecimler2019 (105) frekans toplamına sahiptir.

Tablo 4. Aday Kategorilerine Göre Ana Hashtaglerin Frekans Dağılımı

Ana Hashtag Kategorileri	Erkek 18-44	Erkek 45-79	Kadın 18-44	Kadın 45-79
#muhtar	165	85	106	16
#muhtarı	8	1	-	-
#muhtarlık	69	56	49	16
#muhtaradayı	190	144	133	52
#seçim2019	38	26	35	9
#yerelseçim2019	18	16	39	7
Toplam	488	328	362	100

Tablo 4.'de aday içeriklerindeki ana hashtag kullanımının demografik açıdan cinsiyet ve yaş kategorilerine göre frekans dağılımı incelenmektedir. Buna göre; erkek (18-44) kategorisi toplam 488 ana hashtag kullanımı ile zirvededir. Bu kategorideki adaylar arasında en çok #muhtaradayı (190) hashtagi kullanılmıştır. Kadın (18-44) kullanıcı kategorisinde toplam 362 ana hashtag kullanılırken burada da ilk sırayı #muhtaradayı (133) hashtagi almaktadır. Erkek (45-79) kategorisinde toplam 328 ana hashtag kullanımı mevcutken en fazla kullanımı yine #muhtaradayı (144) hashtagi almıştır. Son olarak kadın (45-79) kategorisinde en fazla rastlanan #muhtaradayı (52) hashtagidir.

Tablo 5. Aday Kategorilerine Göre Alt Hashtaglerin Frekans Dağılımı

Alt Hashtag Kategorileri	Erkek 18-44	Erkek 45-79	Kadın 18-44	Kadın 45-79
#muhtarlar	31	7	11	3
#muhtari	3	-	1	-
#muhtarlık	17	11	4	2
#muhtaradayı	46	16	22	4
#muhtaradayları	18	12	21	10
#muhtaradaylari	9	3	1	-
#seçimler2019	5	1	1	-
#secim2019	14	13	5	3
#secim2019	2	1	1	2
#yerelseçimler2019	7	1	4	-
#yerelsecim2019	5	-	4	1
#yerelsecimler2019	1	-	2	-
Toplam	158	65	77	25

Tablo 5. adaylara ait içeriklerdeki alt hashtag kullanımının demografik doğrultuda cinsiyet ve yaş kategorilerine göre frekans dağılımını içermektedir. İlgili tabloda toplamda 325 alt hashtag kullanımı saptanırken erkek (18-44) kategorisi 158 kullanım ile ilk sıradadır. Aynı kategori içerisinde #muhtaradayı (46) hashtagi birinci sırada yer almaktadır. Kadın (18-44) kategorisi toplamda 77 frekans ile ikinci sırada bulunurken #muhtaradayı (22) hashtagi burada da zirvededir. Erkek (45-79) hashtagi 65 kullanım ile üçüncü sıradayken #muhtaradayı (16) hashtagi en önde yer almaktadır. Kadın (45-79) kategorisindeki adaylar toplam 25 alt hashtag kullanırken #muhtaradayları (10) hashtagi bu kategorinin ilk sırasındadır.

Tablo 6. Aday Kategorilerine Göre Ana ve Alt Hashtaglerin Toplam Frekans Dağılımı

Ana ve Alt Hashtag Kategorileri	Erkek 18-44 ve 45-79	Kadın 18-44 ve 45-79	Toplam
#muhtar	250	122	372
#muhtarlar	38	14	52
#muhtarı	9	-	9
#muhtari	3	1	4
#muhtarlık	125	65	190
#muhtarlik	28	6	34
#muhtaradayı	334	185	519
#muhtaradayi	62	26	88
#muhtaradayları	30	31	61
#muhtaradayları	12	1	13
#seçim2019	64	44	108
#seçimler2019	6	1	7
#secim2019	27	8	35
#secim2019	3	3	6
#yerelseçim2019	34	46	80
#yerelseçimler2019	8	4	12
#yerelsecim2019	5	5	10
#yerelsecimler2019	1	2	3
Toplam	1039	564	1603

Erkek ve kadın adayların salt cinsiyet kategorisine göre hem ana hashtag hem de alt hashtag kullanımlarının toplamı Tablo 6.'da yer almaktadır. Bu doğrultuda erkek adayların tümü 1039 ana ve alt hashtag kullanımında bulunurken kadın adayların tümü 564 ana ve alt hashtag kullanmıştır. Erkek adaylar tüm hashtagler arasında en fazla #muhtaradayı (334) hashtagini kullanmıştır. Bunu sırasıyla; #muhtar (250), #muhtarlık (125), #seçim2019 (64), #muhtaradayi (62), #muhtarlar (38), #yerelseçim2019 (34), #muhtaradayları (30), #muhtarlik (28), #secim2019 (27), #muhtaradayları (12), #muhtarı (9), #yerelseçimler2019 (8), #seçimler2019 (6), #yerelsecim2019 (5), #muhtari (3) ve #secim2019 (3), #yerelsecimler2019 (1) takip etmektedir. Kadın adayların tüm hashtagler arasında #muhtaradayı (185) en fazla tercih ettikleri hashtag olmuştur. Bunun haricinde kadın adayların hashtag kullanım sıklığı sırayla; #muhtar (122), #muhtarlık (65), #yerelseçim2019 (46), #seçim2019 (44), #muhtaradayları (31), #muhtaradayi (26), #muhtarlar (14), #secim2019 (8), #muhtarlik (6), #yerelsecim2019 (5), #yerelseçimler2019 (4), #secim2019 (3), #yerelsecimler2019 (2), #muhtari (1), #muhtaradayları (1), #seçimler2019 (1) iken #muhtarı hashtaginde herhangi bir kullanım mevcut değildir.

Tablo 7. Kadın 18-44 Kategorisine Göre Adaylıkların İl ve Bölge Bazında Dağılımı

Marmara Bölgesi	Ege Bölgesi		Akdeniz Bölgesi		İç Anadolu Bölgesi		Karadeniz Bölgesi		Doğu Anadolu Bölgesi		Güneydoğu Anadolu Bölgesi	
	İstanbul	İzmir	Adana	Antalya	Ankara	Eskişehir	Düzce	Malatya	Batman	Diyarbakır	Gaziantep	Şanlıurfa
74	17	11	36	4	2							
9	12	6	10	2								
4		3	6	1								
3		2	4	1								
2		1	2									
1			1									
1												
1												
Toplam	95	29	23	59	8	2	4					

Kadın (18-44) kategorisindeki adayların muhtar olmak için seçim yarışına girdikleri mahallerin bulunduğu iller ve bu illerin bağlı bulunduğu Türkiye'nin coğrafi bölgeleri Tablo 7.'de ortaya konulmuştur. Tablodaki bölgeler içerisinde yer alan iller yukarıdan aşağıya doğru sıralanırken aday sayıları dikkate alınmıştır. Bu doğrultuda ilgili kategoride bölgeler arasında en fazla Marmara Bölgesi'nden (95) aday bulunurken toplam 30 il içerisinde İstanbul (74) en fazla aday bulunduran şehir olmuştur. Bu durumu toplam aday sayılarının fazlalığına göre; İç Anadolu Bölgesi (59), Ege Bölgesi (29), Akdeniz Bölgesi (23), Karadeniz Bölgesi (8), Güneydoğu Anadolu Bölgesi (4), Doğu Anadolu Bölgesi (2) takip etmektedir.

Tablo 8. Kadın 45-79 Kategorisine Göre Adaylıkların İl ve Bölge Bazında Dağılımı

Marmara Bölgesi	Ege Bölgesi		Akdeniz Bölgesi		İç Anadolu Bölgesi		Karadeniz Bölgesi		Doğu Anadolu Bölgesi		Güneydoğu Anadolu Bölgesi	
	İstanbul	İzmir	Mersin	Antalya	Ankara	Eskişehir	Trabzon	-	-	Diyarbakır	Gaziantep	
24	5	3	17	1								
3	3	2	2									
1	1	1	1									
1	1	1	1									
			1									
Toplam	29	10	8	21	1							

Kadın (45-79) kategorisindeki muhtar adaylarının aday oldukları mahallerin bulunduğu iller ve bu illerin bağlı bulunduğu coğrafi bölgeler Tablo 8.'de sunulmuştur. Tablodaki bölgeler içerisinde yer alan iller yukarıdan aşağıya doğru sıralanırken aday sayılarının fazlalığı dikkate alınmıştır. Bu kategoride Marmara Bölgesi (29) aday ile birinci sıraya yerleşirken İç Anadolu Bölgesi (21), Ege Bölgesi (10), Akdeniz Bölgesi (8), Güneydoğu Anadolu Bölgesi (2), Karadeniz Bölgesi (1) aday ile birbirlerini takip etmektedir. Doğu Anadolu Bölgesi'nde herhangi bir veriye rastlanmamıştır. Toplamda 20 il bulunan bu kategoride İstanbul (24) aday ile zirvedir.

Tablo 9. Kadın 18-44 ve 45-79 Kategorilerine Göre Adaylıkların İl ve Bölge Bazında Dağılımı

Marmara Bölgesi		Ege Bölgesi		Akdeniz Bölgesi		İç Anadolu Bölgesi		Karadeniz Bölgesi		Doğu Anadolu Bölgesi		Güneydoğu Anadolu Bölgesi	
İstanbul	98	İzmir	22	Adana	12	Ankara	53	Düzce	4	Malatya	2	Gaziantep	2
Bursa	10	Denizli	15	Antalya	8	Eskişehir	12	Samsun	2			Diyarbakır	2
Balıkesir	6	Muğla	1	Mersin	5	Kayseri	6	Karabük	1			Batman	1
Sakarya	4	Uşak	1	Isparta	4	Konya	5	Kastamonu	1			Şanlıurfa	1
Kocaeli	3			Hatay	1	Kırşehir	2	Trabzon	1				
Çanakkale	1			Kahramanmaraş	1	Sivas	2						
Kırklareli	1												
Tekirdağ	1												
Toplam	124		39		31		80		9		2		6

Tüm kadın adayların il ve bölge tahlilinin ortaya konulduğu Tablo 9.'da Marmara Bölgesi (124) aday ile ilk sıradadır. İç Anadolu Bölgesi (80), Ege Bölgesi (39), Akdeniz Bölgesi (31), Karadeniz Bölgesi (9), Güneydoğu Anadolu Bölgesi (6), Doğu Anadolu Bölgesi (2) aday ile Marmara Bölgesi'nin ardından gelmektedir. Toplam 34 il arasından İstanbul (98) aday ile en fazla kadın aday çıkartan il olmuştur.

Tablo 10. Erkek 18-44 Kategorisine Göre Adaylıkların İl ve Bölge Bazında Dağılımı

Marmara Bölgesi		Ege Bölgesi		Akdeniz Bölgesi		İç Anadolu Bölgesi		Karadeniz Bölgesi		Doğu Anadolu Bölgesi		Güneydoğu Anadolu Bölgesi	
İstanbul	117	İzmir	13	Mersin	6	Ankara	40	Tokat	7	Malatya	3	Gaziantep	7
Bursa	13	Denizli	4	Adana	5	Kayseri	8	Ordu	5	Erzurum	3	Diyarbakır	5
Kocaeli	6	Muğla	4	Antalya	4	Eskişehir	6	Samsun	4	Van	2	Mardin	5
Yalova	4	Manisa	2	Hatay	3	Konya	6	Bolu	3	Ağrı	1	Batman	2
Çanakkale	3			Isparta	2	Kırşehir	4	Sinop	3	Ardahan	1	Şanlıurfa	2
Balıkesir	2			Kahramanmaraş	2	Karaman	3	Amasya	2			Adıyaman	1
Sakarya	2					Nevşehir	3	Çorum	2			Siirt	1
Kırklareli	1					Kırıkkale	2	Rize	2				
						Niğde	2	Trabzon	2				
						Yozgat	2	Bartın	1				
						Afyon	1	Düzce	1				
						Çankırı	1	Giresun	1				
						Sivas	1	Karabük	1				
								Kastamonu	1				
Toplam	148		23		22		79		35		10		23

Erkek (18-44) yaş kategorisindeki adayların adaylıklarını koydukları mahallerin bulunduğu il ve illere bağlı bölgeler Tablo 10.'da verilmiştir. Buna göre; Marmara Bölgesi (148) aday ile en fazla erkek adaya ev sahipliği yapan bölge olmuştur. Bu bölgenin arkasından sırayla; İç Anadolu Bölgesi (79), Karadeniz Bölgesi (35), Ege Bölgesi (23) ve Güneydoğu Anadolu Bölgesi (23), Akdeniz Bölgesi (22), Doğu Anadolu Bölgesi (10) gelmektedir. Toplam 57 il bulunan bu kategoride en fazla adaylığa sahip il İstanbul (117) olmuştur.

Tablo 11. Erkek 45-79 Kategorisine Göre Adaylıkların İl ve Bölge Bazında Dağılımı

Marmara Bölgesi	Ege Bölgesi		Akdeniz Bölgesi		İç Anadolu Bölgesi		Karadeniz Bölgesi		Doğu Anadolu Bölgesi		Güneydoğu Anadolu Bölgesi	
	İstanbul	İzmir	Adana	Antalya	Ankara	Konya	Ordu	Samsun	Erzincan	Malatya	Gaziantep	Mardin
67	12	7	5	10	18	4	6	3	1	1	5	3
9	8	5	2	6	3	3	3	3			2	1
3	3	2	2	4	3	3	3	3			1	1
3	4	2	1	4	3	3	3	3			1	1
3	2	1	1	1	1	1	1	1				
2	1	1	1	1	1	1	1	1				
1		1	1	1	1	1	1	1				
					1	1	1	1				
					1	1	1	1				
							1	1				
							1	1				
							1	1				
Toplam	88	30	19	43	25	2	12	12				

Erkek (45-79) kategorisindeki adayların seçim yarışına girdikleri mahalleleri içeren il ve bölge incelenmesini konu alan Tablo 11.'de Marmara Bölgesi (88) aday ile zirvede bulunmaktadır. Bunu sırasıyla; İç Anadolu Bölgesi (43), Ege Bölgesi (30), Karadeniz Bölgesi (25), Akdeniz Bölgesi (19), Güneydoğu Anadolu Bölgesi (12), Doğu Anadolu Bölgesi (2) aday ile izlemektedir. Toplam 47 il içerisinde İstanbul (67) aday ile en başta yer almaktadır.

Tablo 12. Erkek 18-44 ve 45-79 Kategorilerine Göre Adaylıkların İl ve Bölge Bazında Dağılımı

Marmara Bölgesi	Ege Bölgesi		Akdeniz Bölgesi		İç Anadolu Bölgesi		Karadeniz Bölgesi		Doğu Anadolu Bölgesi		Güneydoğu Anadolu Bölgesi	
	İstanbul	İzmir	Adana	Antalya	Ankara	Konya	Samsun	Ordu	Malatya	Erzincan	Gaziantep	Mardin
184	25	12	9	16	58	10	9	4	3	4	12	8
22	12	9	8	14	16	8	9	2	3	6	6	3
9	8	8	4	10	14	5	5	1	1	3	3	3
7	5	4	4	5	10	5	5	1	1	3	3	3
4	2	4	4	5	5	5	5	1	1	3	3	3
4	1	3	3	4	5	4	4	1	1	2	2	2
3		1	1	3	4	4	4			1	1	1
3				3	4	4	4					
2				3	4	4	4					
2				3	4	4	4					
				3	4	4	4					
				3	4	4	4					
				3	4	4	4					
				3	4	4	4					
				3	4	4	4					
				3	4	4	4					
				3	4	4	4					
				3	4	4	4					
Toplam	236	53	41	122	60	12	35	35				

Tüm erkek adayların adaylıklarını açıkladıkları mahallelerin il ve bölge hususunda araştırıldığı Tablo 12.'de Marmara Bölgesi (236) aday ile birinci konumdadır. İç Anadolu Bölgesi (122), Karadeniz Bölgesi (60), Ege Bölgesi (53), Akdeniz Bölgesi (41), Güneydoğu Anadolu Bölgesi (35), Doğu Anadolu Bölgesi (12) adaya sahiptir. Toplam 62 il içerisinde İstanbul (184) en çok erkek adayın bulunduğu il olarak dikkati çekmektedir.

Tablo 13. Adaylıkların İl ve Bölge Bazında Toplam Dağılımı

Marmara Bölgesi	Ege Bölgesi	Akdeniz Bölgesi	İç Anadolu Bölgesi	Karadeniz Bölgesi	Doğu Anadolu Bölgesi	Güneydoğu Anadolu Bölgesi							
						İstanbul	Diğer						
İstanbul	282	İzmir	47	Adana	24	Ankara	111	Samsun	12	Malatya	6	Gaziantep	14
Bursa	32	Denizli	27	Antalya	17	Eskişehir	22	Ordu	9	Erzurum	3	Mardin	8
Kocaeli	12	Muğla	9	Mersin	13	Konya	21	Tokat	8	Van	2	Diyarbakır	8
Balıkesir	8	Manisa	5	Isparta	7	Kayseri	20	Düzce	6	Ağrı	1	Şanlıurfa	4
Sakarya	8	Kütahya	2	Hatay	5	Kırşehir	7	Trabzon	6	Ardahan	1	Adıyaman	3
Yalova	7	Uşak	2	Kahramanmaraş	5	Karaman	4	Amasya	5	Erzincan	1	Batman	3
Çanakkale	4			Osmaniye	1	Kırıkkale	3	Kastamonu	5			Siirt	1
Tekirdağ	4					Nevşehir	3	Bolu	4				
Kırklareli	3					Niğde	3	Sinop	4				
						Sivas	3	Çorum	3				
						Yozgat	3	Karabük	3				
						Afyon	1	Rize	2				
						Çankırı	1	Bartın	1				
								Giresun	1				
Toplam	360		92		72		202		69		14		41

850 muhtar adayına ait 850 içerik incelendiğinde yaş ve cinsiyet sınıflaması olmaksızın tüm adayların seçim yarışında buldukları mahallelerin il ve coğrafi bölge doğrultusunda saptanması Tablo 13.'de mevcuttur. Marmara Bölgesi (360) adaylığa ev sahipliği yaparak seçim yarışına en fazla girilen bölge olma niteliği kazanmaktadır. Bunu sırasıyla; İç Anadolu Bölgesi (202), Ege Bölgesi (92), Akdeniz Bölgesi (72), Karadeniz Bölgesi (69), Güneydoğu Anadolu Bölgesi (41), Doğu Anadolu Bölgesi (14) adaylık ile takip etmektedir. 850 muhtar adayının toplam 62 farklı il içerisinde dahil oldukları seçim yarışında İstanbul (282) aday ile iller arasında en fazla adayın yarıştığı il olarak göze çarpmaktadır.

Sonuç

Mahalle ve köy birimlerinin yönetiminden sorumlu olan muhtar adayları yerel seçimlerin önemli figürlerindedir. Bu doğrultuda çalışmada, muhtar adaylarının yerel seçim çalışmaları süresince Instagram platformunu kullanım düzeylerinin araştırılması amaçlanmıştır. Ayrıca muhtar adaylarına dair cinsiyet, yaş aralığı, seçime girilen il ve coğrafi bölge gibi kriterler aracılığıyla adaylıklara dair genel bir tablo sunulması hedeflenmiştir. Literatürde muhtarlara dair yeterince araştırma mevcut değildir. Bu araştırma, muhtar adaylarını ve onların siyasal iletişim faaliyetlerini inceleyerek hem literatüre katkı sağlamak hem de gelecek seçimlerdeki muhtar adaylarında farkındalık oluşturmak açısından önemlidir. Bu noktaları aydınlatmak için öncelikle literatür çalışması yapılmış ve ilgili bilgilere yer verilmiştir. Sosyal medyanın siyaset sahnesindeki önemi, gerek ülkemizde gerekse yurt dışında gerçekleştirilmiş seçimlerden verilen

örneklerle desteklenmiştir. Son olarak içerik analizi araştırma yöntemi kullanılarak elde edilen bulgular, oluşturulan kategoriler bünyesinde tablolaştırılıp yorumlanmıştır.

2019 yerel seçimlerindeki muhtarlık yarışı için Instagram’da üretilen içeriklerde; erkek adaylar kadın adaylardan, 18-44 yaş aralığındaki genç adaylar ise 45-79 yaş aralığındaki yaşlı adaylardan daha fazladır. 18 adet hashtag kategorisinde en fazla içerik barındıran ilk üç tanesi sırayla “#muhtaradayı, #muhtar ve #muhtarlık” olurken sadece #yerelsecimler2019 etiketi altında içerik üretilmemiştir. Bunun yanı sıra tüm hashtaglere dair frekans sıklığı tespit edilmiş, frekans sıklığı içerik sayısının neredeyse iki katı olarak bulunmuştur. Toplam frekans sayısı sıralamasında ilk üç sıra yine “#muhtaradayı, #muhtar, #muhtarlık” hashtaglerinden oluşmuştur. Buna göre adayların muhtarlık seçimine ilgi çekmek için çok sayıda hashtag oluşturdukları ve çoğu adayın içerik üretiminde birden fazla hashtag kullanarak geniş bir kitleye ulaşmak istediği sonucu doğmaktadır. Bu durum muhtar adaylarının siyasal pazarlama amacıyla Instagram’da etkin olmaya çalıştıklarını da göstermektedir. Ana hashtag kategorilerinin frekans sıklığı alt hashtag kategorilerine göre oldukça fazladır. Ana hashtaglerin frekans dağılımında erkek ve kadın adaylar kendi içlerinde, erkek adaylarla kadın adaylar, genç adaylarla yaşlı adaylar karşılaştırıldığında en fazla tercih edilen ilk üç hashtag “#muhtaradayı, #muhtar, #muhtarlık” olarak belirlenmiştir. Bu durum alt hashtag kategorilerinde oldukça değişkendir. Cinsiyet ve yaş aralığı fark etmeksizin adayların genellikle “#muhtaradayları, #muhtaradayı ve #muhtarlar” alt hashtaglerini tercih ettikleri görülmektedir. Aday cinsiyetlerine göre hashtaglerin tamamına ait frekans dağılımı tablosunda; erkek adayların kadın adaylardan yaklaşık iki kat fazla frekans sayısına ulaştığı görülmektedir. Erkek ve kadın adayların ayrı ayrı frekans dağılım tablosuna göre ise; her iki aday grubunda da en fazla tercih edilen ilk üç sıradaki hashtag “#muhtaradayı, #muhtar, #muhtarlık” olarak görülmektedir. Tüm hashtagler ve frekans sıklığı dikkate alındığında; adayların geneli #muhtar, #muhtaradayı, #muhtarlar, #muhtaradayları” gibi daha sade yapıda ve muhtarlık seçimini direkt çağrıştıran hashtagleri tercih etmişlerdir. 18-44 yaş arası kadın muhtar adayları arasında en çok aday barındıran iller sırayla İstanbul, Ankara ve İzmir olurken bu kategoride en fazla adayın çıktığı ilk üç coğrafi bölge ise sırayla Marmara, İç Anadolu ve Ege Bölgesi’dir. Bu iller, bölgeler ve sıralamaları hem 45-79 yaş arası kadın adaylar kategorisinde hem de tüm kadın muhtar adayları kategorisinde değişmemektedir. 18-44 yaş arası erkek muhtar adaylıklarında en fazla aday bulunan iller sırayla İstanbul, Ankara olurken üçüncülüğü İzmir ve Bursa beraber paylaşmaktadır. İlgili bölge sıralaması ise Marmara, İç Anadolu ve Karadeniz Bölgesi şeklinde gerçekleşmiştir. 45-79 yaş arası erkek muhtar adaylarının en çok buldukları iller sırayla İstanbul, Ankara ve İzmir olurken coğrafi bölgeler ise Marmara, İç Anadolu ve Ege Bölgesi şeklinde sıralanmıştır. Tüm erkek muhtar adaylarının en fazla aday oldukları şehirler sırasıyla İstanbul, Ankara ve İzmir iken coğrafi bölgeler ise Marmara, İç Anadolu ve Karadeniz Bölgesi’dir. Erkek, kadın, genç ve yaşlı fark etmeksizin 850 adayın muhtarlığa en çok talip oldukları iller sırayla İstanbul, Ankara ve İzmir olurken coğrafi bölgeler ise Marmara Bölgesi, İç Anadolu Bölgesi ve Ege Bölgesi şeklindedir.

850 muhtar adayının yarısından fazlası üç büyük ilimizde seçim yarışına girmiştir. Tüm adaylıkların üçte ikisinden fazlası Marmara, İç Anadolu ve Ege Bölgesi’nde toplanmıştır. Aday

kategorilerinin tamamında ve tüm adaylar arasında en az muhtar adayı barındıran bölge Doğu Anadolu Bölgesi'dir. Tüm bu bilgiler ışığında özellikle üç büyük ilimiz başta olmak üzere büyük şehirlerde ve gelişmiş coğrafi bölgelerde muhtar adaylarının siyasi faaliyetleri oldukça yüksektir. Muhtarlık düzeyinde siyasi yarışa katılımın az gelişmiş bölgeler ve küçük şehirlerde epey düşük olduğu görülmektedir. Türkiye'nin çeşitli illerinden, bölgelerinden farklı demografik özelliklere sahip muhtar adaylarının, Instagramı ve dolayısıyla sosyal medyayı siyasi iletişim amacı doğrultusunda yeterli düzeyde kullandıkları söylenebilir. Buna rağmen kadın adaylar ile 45-79 yaş aralığındaki tüm adaylarda siyasal pazarlama amaçlı sosyal medya ve Instagram kullanım düzeyi düşüktür.

Sonuç olarak; Türkiye'de bu içerikte bir ilk niteliği taşıyan bu çalışmanın hem literatüre hem de başta yerel seçimlere katılan muhtar adayları olmak üzere tüm seçimlere katılan ve katılacak olan adaylara önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Gelecekte konuyla ilgili olarak; muhtar adaylarının Instagram paylaşımlarının seçmen üzerindeki etkilerini belirleyebilmek amacı ile nicel saha araştırmalarının gerçekleştirilecek olması önerilebilmektedir.

Kaynakça

- Aktaş, H. (2004). *Partilerin Seçim Kampanyaları Örneğinde Siyasal İletişim*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Akyol, M. (2015). Seçim Kampanyalarında Sosyal Medya Kullanımı: Facebook ve 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14 (55), 98-114.
- Akyüz, İ. (2014). *Siyasal Pazarlama Yaklaşımı İle Seçim Öncesi ve Sonrası Seçmen Davranışının İncelenmesi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Avcı, K. (2015). Siyasal Partilerin Seçim Kampanyaları Faaliyetlerine Karşı Seçmenin İlgi Düzeyleri: 2015 Genel Seçimleri Örneği. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 3 (2), 177-205.
- Avcı, K. (2014). *Yerel Seçim Kampanyalarında Halkla İlişkiler: 2014 Ankara Büyükşehir Belediye Başkanlığı Seçimleri Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Aziz, A. (2017). *Siyasal İletişim* (7. Baskı). Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Bayraktutan, G., Binark, M., Çomu, T., Doğu, B., İslamoğlu, G., & Telli Aydemir, A. (2012). Sosyal Medyada 2011 Genel Seçimleri: Nicel -Nitel Arayüzey İncelemesi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 7 (3), 5-29.
- Bostancı, M. (2014). Siyasal İletişim 2.0. *Erciyes İletişim Dergisi*, 3 (3), 84-96.

- Çiftlikçi, A. (1996). *Siyaset Pazarlaması ve Siyasi Partilerin Malatya'daki Uygulamaları*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi, Malatya.
- Demirtaş, M. C. (2015). *Seçmen Davranışlarına Etki Eden Faktörlerin Siyasal Pazarlama Açısından Analizi: İzmir İlinde Çok Değişkenli Bir İnceleme*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi, İzmir.
- Demirtaş, M. C., Orçun, Ç. (2015). Siyasal Pazarlama Uygulamalarının İlk Kez Oy Kullanacak Seçmenler Üzerindeki Etkilerine Yönelik Bir Araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17 (28), 41-48.
- Dilber, F. (2012). Siyasal Katılımda Kitle İletişim Araçlarının Seçmenler Üzerine Etkisi; Karaman İli Seçmenleri Üzerine Bir Alan Araştırması. *Humanities Sciences*, 7 (3), 154-191.
- Dumlu, H. (2018). Siyasal İletişim Süreci Olarak Cumhurbaşkanı Adaylarının Twitter Hesaplarının İçerik Çözümlemesi: 24 Haziran 2018 Seçimleri. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2 (2), 200-211.
- Engin, S. (2006). *Siyasal Kampanya Sürecinde Medya ve Siyasal Reklamcılığın Rolü*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Eroğlu, A., H., Bayraktar, S. (2010). Siyasal Pazarlama Uygulamalarının Seçmen Tercihleri Üzerine Etkileri –İzmir İli Örneği-. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 187-207.
- Fidan, Z. (2015). ‘‘Siyasal İletişim Kampanyalarında Yeni İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: 2015 Genel Seçimleri Dönemi Web Sayfaları ve Sosyal Medya Kullanımları’’. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Genel, M. G. (2010). *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak Almanya'daki Türk Medyasının, Almanya'da Yaşayan Türklerin Siyasal Tercihleri Üzerine Etkisi*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- Genel, M. Gökhan (2012). Siyasal İletişim Kampanyalarında Sosyal Medyanın Kullanımı (12 Haziran 2011 Seçimleri ‘‘twitter’’ Örneği), *TOJDAC*, 2 (4).
- Heywood, A. (2017). *Siyaset* (18. Baskı). (Özipek, B. B., Seçilmişoğlu, B., Yayla, A., Başdemir, H. Y., Çev.). Ankara: Adres Yayınları.
- İnal, M. E., Karabacak, E. G. (1995). Siyasal Pazarlamanın Gelişmesi ve İlkeleri. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (12), 153-160.
- İslamoğlu, A., H. (2002). *Siyaset Pazarlaması Toplam Kalite Yaklaşımı*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

- Kalender, A. (2000). *Siyasal İletişim, Seçmenler ve İkna Stratejileri*. Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları.
- Konuk, N. (2019). Bir Sosyal Medya Aracı Olarak Instagram Kullanımı ve Kişisel İletişim Kaygısı Üzerine Üniversite Öğrencileri İle Araştırma. *International European Journal of Managerial Research Dergisi*, 3 (4), 1-26.
- Korkut, Y. (2018). *Siyasal İletişimde İletişim Teknolojilerinin Kullanımı: Siyasi Partiler Erzurum İl Yönetimi Örneği*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Köseoğlu, Y., Al, H. (2013). Bir siyasal propaganda aracı olarak sosyal medya. *Akademik İncelemeler Dergisi*. 8 (3), 103-125.
- Onat, F., Okmeydan, C. K. (2015). Politik Halkla İlişkilerde Sosyal Medya Kullanımı: 30 Mart 2014 Yerel Seçimleri ve 10 Ağustos 2014 Cumhurbaşkanlığı Seçimleri. *Akdeniz Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, (23), 79-94.
- Orhan Göksün, D., Ozan, F., & Kurt, A. A. (2018). Eğitim Çantası: Web 2.0 Araçlarını Kategori Bazlı Sunan Sosyal Bir Web Sitesinin Geliştirilmesi. *Ege Eğitim Dergisi*, 19 (2), 505-533.
- Silsüpür, Ö. (2016). Siyasal İletişim Aracı Olarak Twitter'ın Kullanımı: 07 Haziran 2015 Genel Seçimi Üzerine Bir Çalışma. *Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi*, 4 (2), 725-747.
- Sütçü, C. S., Düvenci, A., AYTEKİN, Ç. (2013). Türkiye'deki Siyasal Yaşamda Sosyal Medya: Siyasal Partilerin Kullanım Düzeylerine İlişkin Bir Araştırma. Algül, A., Üçer, N. (Ed.), *Yeni Medya'da Demokrasi* (165-204). Konya: Literatürk Academia.
- Tan, A. (2002). *Politika'da Niye Kaybediyorlar? Nasıl Kazanırlar?* İstanbul: Papatya Yayıncılık.
- Tehci, A. (2018). *Siyasal Pazarlama Sürecinde Sosyal Medya ve Elektronik Ağızdan Ağıza İletişim*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gümüşhane Üniversitesi, Gümüşhane.
- Topbaş, H. (2009). *David Easton'un Siyasal Sistem Teorisi Bağlamında Türkiye'de Siyasal İletişim ve Siyasal Katılma (Erzurum Seçmeni Üzerine Bir Araştırma)*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi, Ankara.
- Tosyalı, H., Sütçü, C. (2019). Türkiye'de Sosyal Medya Üzerinden Siyasal Propaganda Yapmak: 2018 Cumhurbaşkanı Seçimi Örneği. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 14 (52), 61-89.
- Uslu Divanoğlu, S. (2008). Seçim Kampanyalarında Siyasal Pazarlama Karması Elemanlarının Yeri ve Önemi. *Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1 (2), 105-118.

- Vural, A. M. (2010). Parti İçi Demokrasi ve Siyasal İletişime Katkıları. *Galatasaray Üniversitesi İletişim Dergisi*, (13), 145-162.
- Vural, Z. B., BAT, M. (2009). Siyasal Seçim Kampanyalarında Yeni İletişim Teknolojileri ve Blog Kullanımı: 2008 Amerika Başkanlık Seçimlerine YÖNELİK Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Journal Of Yaşar University*, 4 (16), 2745-2778.
- Yalçınkaya, N. (2018). Türkiye'deki Siyasi Partilerin Dijital Pazarlama Kanallarını Kullanımı. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25 (1), 199-216.
- Zeybek, B. (2016). *Siyasal Reklam İkna ve Retorik*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Arslan, E. Marketing Türkiye (23.03.2019), <https://www.marketingturkiye.com.tr/haberler/siyasette-yeni-donem-dijital-propaganda/>, Erişim Tarihi: 22 Haziran 2019.
- Digital 2019 Turkey. (2019), <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>, Erişim Tarihi: 9 Haziran 2019.
- Gaudin, S. (2016), *In presidential campaign, Twitter was a powerful political tool*. <https://www.computerworld.com/article/3137261/social-media/in-presidential-campaign-twitterwas-a-powerful-political-tool.html>, Erişim tarihi: 25 Haziran 2019.
- Milat Gazetesi (31.03.2019), <https://www.milatgazetesi.com/trend/yerel-secim-ne-demek/haber-200500>, Erişim Tarihi: 19 Haziran 2019.
- Nebil, F. T24 Bağımsız İnternet Gazetesi (23.06.2018), <https://t24.com.tr/yazarlar/fusun-sarp-nebil/2018-cumhurbaskanligi-seciminde-hangi-aday-sosyal-medyayi-daha-iyi-kullandi,19975>, Erişim Tarihi: 17 Haziran 2019.