

SOSYAL OLARAK PAYLAŞILAN YAS: AYDIN DENKTAŞ İÇİN PAYLAŞILAN BAŞSAĞLIĞI MESAJLARI ÜZERİNE BİR İNCELEME

Dilan ÇİFTÇİ¹

ÖZ

Zaman ayırımı gözetmeksizin kurumların paydaşları ile duygudaşlık kurmasının temel konularından birisi yas olmuştur. Başsağlığı mesajlarını ise paydaşlarla duygudaşlık kurmaya olanak sağlayan kurumsal mesajlar olarak ifade etmek mümkündür. Bu çalışmada başsağlığı mesajlarının temel özelliklerine değinilirken görece az sayıda bulunan başsağlığı mesajlarını temel alan eserden faydalanılmış ve toplumsal bellek kavramsallaştırılmasında değinilmiştir. Bu kavramlar uyarlanarak Kuzey Kıbrıs'taki Yükseköğretim Planlama, Denetleme, Akreditasyon ve Koordinasyon Kurulu tarafından ilan edilen ÜAKK'ya katılan 19 (on dokuz) üniversite üzerinden bir çalışma gerçekleştirilmiştir. İki aşamada tamamlanan araştırmanın ilk kısmında, üniversitelerin resmi web sitelerine girilerek sosyal medya ağlarının olup olmadığı incelenmiş ve mevcut sosyal medya ağlarından Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti kurucu Cumhurbaşkanı Rauf Raif Denktaş'ın eşi Aydın Denktaş'ın vefatından sonra verilen başsağlığı mesajları üzerinde bir içerik analizi yapılmıştır. İkinci aşamada, içerik analizinden elde edilen bulgularla yasin boyutları ve toplumsal bellek kavramsallaştırılmasına yönelik görsel metin çözümlemesi yapılmıştır. Araştırma sonuçları, taziyede bulunmanın kurumların kişisel jest olarak paylaşım yapmaktan ziyade kurumsal tebliğe yer verdikleri ve sosyal medya ortamlarında başsağlığı dileme davranışında kurumlar arasında farklılık gösterdiğini ortaya koymuştur. Başsağlığı dileme paylaşımlarına bakarak kurumların yasa yaklaşımlarını ve görsel paylaşımındaki seçimleri aracılığı ile de metin çözümlemesi yapmanın mümkün olduğu bir gerçektir.

Anahtar Kelimeler: Aydın Denktaş'ın Vefatı, Başsağlığı, Kişisel Jest, Kurumsal Tebliğ, Sosyal Medya.

SOCIAL SHARED MOURNING: A STUDY ON SHARED CONDOLENCE MESSAGES FOR AYDIN DENKTAS

ABSTRACT

Regardless of time discrimination, one of the basic issues of the institutions to establish sympathy with their stakeholders is mourning. Condolences can be expressed as institutional messages that allow to establish sympathy with stakeholders. In this study, while referring to the basic characteristics of the message of condolence, the work based on the relatively low number of condolence messages has been utilized and has been mentioned in the conceptualization of collective memory. These concepts were adapted and a study was carried out on 19 (nineteen) universities participating in the UAKK which was announced by the Higher Education Planning, Supervision, Accreditation and Coordination Board in Northern Cyprus. In the first part of the research carried out in two stages, it has been examined whether social media networks are entered by entering the official websites of universities and a content analysis has been conducted on the condolence messages given after the death of Aydın Denktaş, wife of the founding president of the Turkish Republic of Northern Cyprus. In the second stage, visual text analysis of the dimensions of mourning and conceptualization of collective memory was

¹ Yrd. Doç. Dr., Yakın Doğu Üniversitesi İletişim Fakültesi Gazetecilik Bölümü, dilan.ciftci@neu.edu.tr, ORCID ID: 0000-0003-3806-3915.

made by the findings obtained from content analysis. The results of the research revealed that having a condolence place the corporate communication rather than sharing it as a personal gesture, and that condolence behaviors in social media environments differ between institutions. It is a fact that it is possible to analyze the approaches for condolences of the institutions through their choice of visual sharing.

Keywords: Aydın Denктаş's Death, Condolences, Personal Gesture, Corporate Communication, Social Media.

GİRİŞ

Toplumlar için siyasi liderlerin ve yakınlarının kaybı her zaman medyanın dikkatini çeken ve gündemde yer bulan konular olarak önemlidir. Topluma mal olan liderlerin ölümleri ölümü özel alandan çıkararak kamusal alana taşımaktadır. Bu durumda medyada yer bulan önemli kişilerin kaybının medyada yer buluş şekilleri siyasilerin temsili, popüler kültür ve toplumsal bellek çalışmalarında yer bulmaktadır. Medya ekolojisinde meydana gelen değişimleri anlamak için toplumsal yas ve kayıpların görünür kılınması adına geleneksel medyanın yanında yeni medyanın aracı rolü temsiliyet ve arşivlenen toplumsal belleğe kaynak sunması açısından sosyal bilimler alanında disiplinlerarası çalışmalarda irdelenmeye başlanmıştır. Ölüm ilanlarına ilişkin göreceli az sayıda ulusal eserin bulunmasından (Çolak, 2014; Ergin, 2010; Polat, 2011; Türkel, 2016) hareket ederek bu çalışmada konuya farklı örneklem boyutunda ve vaka çalışması yapılarak yeni bir bakış açısı getireceği düşünülmüştür. Bu durumun çalışmanın özgünlüğü açısından öneminin yalnızca ulusal alana katkı olarak kalmayıp aynı zamanda Kuzey Kıbrıs ekseninde yapılan iletişim bilimleri çalışmalarına önemli katkısının olacağı düşünülmektedir.

1. Çalışmanın Art Alanı

Başsağlığı kelimesinin etimolojik kökenine bakıldığında karşımıza *taziyet* kelimesi çıkmaktadır. Arapça bir kelime olan *taziyet* 1300 yılından önce ilk olarak kullanıldığında ölüm karşısında ağırbaşlılık olarak ifade edilmektedir. Bununla birlikte *taziye* günümüzde başsağlığı dileme şeklinde yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Türk Dil Kurumu (2016) yılında başsağlığı sözcüğünü 'ölen bir kimsenin yakınlarına ilgi ve yakınlık gösterme olarak' tanımlamıştır. Ölüm haberinin duyurulması bir süreç olarak hem dini, hem sosyolojik hem de iletişimin bir konusu olma özelliği göstermektedir (Çolak, 2014; Ergin, 2010 Polat, 2011). Kitle iletişim araçlarının haberin yayılması ve içeriğin paylaşımı konusundaki önemi ve ortak

sosyal deneyim sağlama özelliğinden yola çıkarak, başsağlığı ilanları yayınlamanın bireyler ve kurumlar için toplumların içerisinde prestijlerini güçlendirmek ve olumlu yargıların dolaşıma girmesini sağlamak olarak önemi açıktır (Miles ve Morse, 2007). Bu noktada Kuang (2015) başsağlığı mesajlarını belirli kişilerle duygudaşlık kurmanın aracı olan metinler olarak ifade etmektedir. Bir başka deyişle, başsağlığı mesajları kayıplara yönelik karşılıklı duygudaşlığı pekiştiren tebliğler olarak tanımlanabilir.

İletişimin temel prensibi olarak her mesaj içeriği ile alıcısını etkilemek üzere hazırlanır. Burada yaratıcılık etkileme süresini etkilemesi bakımından çok önemli bir rol üstlenmektedir. Bu bağlamda ilk çalışma olarak *Retorik* karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmasında Aristoteles, ikna iletişiminin üç boyutu olduğunu öne sürer bunlar *ethos*, *pathos* ve *logosdur*. Burada *ethos* güvenilirlik, *pathos* duygusal çekicilik ve *logos* rasyonel çekicilik olarak ifade edilir. Bu yaklaşımdan yola çıkarak ölüm ve başsağlığı mesajları bilgilendirme niteliğinin yanı sıra üç boyutlu ikna sürecine de uymaktadır (Belch ve Belch, 2003; Kazmi ve Batra, 2008; Smith, 2005). Bununla birlikte toplumsal dayanışma ve bilgilendirme amacı güden başsağlığı mesajları diğer türlerden farklı olarak ideolojik, siyasi ve sosyo-ekonomik çekicilik içerebilir (McMellon ve Long, 2004). Bu durumda paylaşım düşüncelerin ve kederin paylaşılması olacağından taziye dileği duygusal içerikler kapsamında değerlendirilebilir (Kuang, 2015; Smith, 2005). Toplumsal bellek için önemli kabul edilen kişiler, geçmiş anlatılar ve olayların bu konularda yapılan başsağlığı ve anma mesajlarında bayrak, ulusal renkler ve görseller ile ortaya konması sıklıkla karşımıza çıkan tartışmalı ve çok boyutu ile ele alınması gereken bir durumdur (Uribe vd., 2015).

1.1. Kavramsal Çerçeve

Çevrimiçi ortamlarda ölümün nasıl ele alındığı ve ortaya konulduğu üzerine yapılan çalışmalar son dönemde ivme kazanmıştır. Bu çalışma grupları 1990'larla birlikte çevrimiçi anıtlar ve sanal mezarlıklar ve anı profillerinin sosyal medya ortamlarında popüler olması şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Çevrimiçi yas ve keder konusunun farklı disiplinlerde yapılan çalışmalarla ölüm olgusunun dijital arabuluculuğu ve çevrimiçi ağlarda özellikle keder durumlarında sosyal desteğin

nasıl şekillendiği ile ilgilenilmeye başlanmıştır (Brubaker ve Hayes, 2011; Gibbs vd., 2013; Marwick ve Ellison, 2012; Moss, 2004; Williams ve Merten, 2009). Öte yandan, birkaç önemli istisna dışında (Walter vd., 2011), medya platformlarının mezarlıklar, krematoryumlar veya cenazeler gibi fiziksel ortamlarla ve meydana gelen geleneksel yas uygulamaları ile nasıl kesiştiğine değinen az sayıda çalışma mevcuttur. Bu durum, dijital platformların ölüm, yas ve anma ile ilgili çeşitli kültürel uygulamalara nasıl aracılık ettiğini araştırmak için araştırma fırsatı yaratmıştır (Bruns ve Burgess, 2011; Carroll ve Landry, 2010; Marwick ve Ellison, 2012; Williams ve Merten, 2009).

Yapılan bilimsel çalışmalar, anıtlştırmanın anlamı ve uygulamalarına odaklandıklarında, özellikle MySpace ve Facebook'a odaklanma eğilimindeyken, diğer popüler platformlar büyük ölçüde ihmal edilmiş, platformlar arasındaki farkları açıkça ortaya koymuş ve bu farklılıkların sosyo-kültürel etkilerini belirtmiştir (Gibbs vd., 2013; Kohn vd., 2012; Mori vd., 2012). Buna ek olarak, toplumsal öneme sahip olayların toplumsal belleğin oluşumunda çevrimiçi ağlarda arşivlenen toplumsal keder ve ölümün toplumlarda duygusal etkileşimin yeni bir aracı olarak dijital ortamlar ve değişen söylemler, formlar ve uygulamalarla ilgili çalışmalar bulunmaktadır (Baym, 2007; Bolter ve Grusin, 2001; Garde-Hansen, Hoskins ve Reading, 2009; Kear ve Steinberg, 1999; van Dijck, 2008).

1.2. Halkla İlişkiler ve Başsağlığı Mesajları

Başsağlığı mesajı yayınlama veya taziye bildirme ile ilgili çalışmaların genel olarak ele aldığı örneklem grupları toplumda yer edinmiş köklü kurum ve kuruluşlar olmuşlardır. Bu nedenle başsağlığı mesajı yayınlamanın halkla ilişkiler açısından kurumlar için ne ifade ettiğine kısaca değinmek gerekmektedir. Genel olarak halkla ilişkiler uygulamaları, bir organizasyon ile izleyici arasında faydalı ilişkilerin kurulmasını içerir. Halkla ilişkiler uzmanları ve bu alanda çalışan profesyoneller, kamuoyunun fikrini, dağıtılmış demografinin sosyo-duygusal faktörlerini inceler ve aynı zamanda kurumların eylemlerini ve planlarını etkileyen etki unsurları konusundaki popüler ortamları izler ve eylem ve iletişimin değerlendirilmesine katılırlar (Petrovici, 2014: 714). Son dönemlerde küresel ölçekte sıklıkla ortaya çıkan kriz dönemlerinde halkla ilişkiler uzmanları krizle başa çıkma konusuna her

zamankinden daha fazla maruz kalmıştır. Greer ve Moreland'ın (2003: 429) belirttiği gibi, halkla ilişkiler politikası ve örgütsel iletişim literatürü krizlerle başa çıkmada açıklık ve samimiyetin öneminin altını çizmiştir.

Bu bağlamda, başsağlığı mesajlarının sosyal olarak paylaşılan yas çerçevesinde sosyal medya aracılığı ile temsilinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu çalışma, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti kurucu Cumhurbaşkanı Rauf Raif Denктаş'ın eşi Aydın Denктаş'ın için başsağlığı mesajı paylaşımlarının çeşitli anıtlama yöntemleri ile Instagram, Facebook ve Twitter dillerinde ortaya koymaktadır. Bu noktada bu çalışmada üniversitelerin başsağlığı mesajlarının kederin boyutları ve toplumsal hafıza uygulamalarının kesiştiği sosyal medya ağları göz önünde bulundurularak çözümlenmelere varılmıştır.

1.3. Kurumsal Strateji Olarak Keder

Genellikle kriz dönemlerinde üç operasyonel strateji gözlenmektedir: bunlardan birincisi medyada açık ve erişilebilir olmak; ikincisi, bilgi ifşa etmeye istekli olmak; ve üçüncüsü dürüst ve etik olarak motive olmaktır (Mersham vd., 2009: 97). Bu üç parametre göz önüne alındığında, halkla ilişkiler uzmanları kriz içeriğini toplumun iç dinamiklerini göz önüne olarak şekillendirmektedir. Ancak, bu şekillendirme, keder ve yas konularını içerdiğinde hem kişisel duygu ifadesi hem de kayıp ve keder için örgütsel tepkiler ile toplumsal hassasiyetleri bir arada barındırma ihtiyacı dolayısıyla sorunludur ve içsel bir süreç değil kısırlaştırılmış toplumsal bir süreçtir (Neimeyer, Klass ve Dennis, 2014: 487). Bu noktada keder ve yas gibi konular sadece kişisel ve ailevi değil aynı zamanda daha geniş toplumsal bellek ve kültürel alanlarda da anlam ifade etmektedir.

Liebsch ve Goodwin (2016: 231)'nın belirttiği gibi, rasyonel söylem, keder, yas sözleşmeleri ve başsağlığı mesajları toplumsal söylem ve örgütsel davranışın bir parçasıdır. Yas tutmanın sembolik işaretleri, sosyal ilişkilerin sürdürülmesine, bağların oluşturulmasına yardımcı olmanın yalnızca bir parçası olsa bile nihai karşılık vermeye davet eden bir sosyal düzenin kabulüdür (Mauss, 1990: 5). Keder ifade etmek ile iletişim kurmak arasında bir fark varken, bu gibi anlarda yas

sürecinin bilinçli eylemi, kamuoyunda, yerel medyada, tek bir veya bir dizi kayıp ve uzlaşma hareketinde sembolik kişisel jest ve kurumsal tebliğ olarak seçilebilir.

Sosyal medya kurum ve kuruluşlar için sadece kendi personelleri değil paydaşları ve müşterileri arasında güven esaslı bağlantılar kurulmasında operasyonellenen yas ve keder süreçlerinde dijital arşivler olarak faaliyet gösterir (Petrovici, 2014: 718). Buna ilaveten, Liebsch ve Goodwin (2016, s.232)'nin kederin çoğunlukla siyasi bir dille ifade edildiğinin altını çizer ve bu durumun kederin halka teşhir edilmesi ve yasin araçsallaştırılması olarak ele alınması gerektiğini belirterek eleştirisini ortaya koyar. Liebsch ve Goodwin (2016)'nin belirttiği gibi bu nedenle keder, aracılı bir duygu olarak herhangi bir zamanda ama her zaman yaratıcı bir süreç olabilir.

1.4. Kederi Yorumlamada Toplumsal Anlam Bulma

Keder yorumlayıcı bir iletişim etkinliğidir. Neimeyer, Klass ve Dennis (2014), kederin anlam bulmaya, anlatıları yeniden kurmaya çabalayan yorumlayıcı bir etkinlik olduğunu savunmaktadır. Kaybın ardından, sosyal geçiş müzakere, merhum ile sürekli bir bağ kurmak, destek almak ve/veya beklenen kültürel normlara karşı koyma şeklinde kederin yorumlandığı etkinlikleri sıralamak mümkündür. Aşağıdaki bölüm, keder döngüsünün temel aşamalarını, başsağlığı mesajları ve anlamın yaratılması ile olan ilişkisini özetlemektedir.

Axelrod (2016) için keder evrensel bir duygudur. Theunissen ve Mersham'in (2011: 421) belirttiği gibi, kederin boyutlarına medya doğrudan ya da dolaylı olarak katılabilir. Sempati ve şoku paylaşmada sadece "yaratılmış dayanışma" değil, medya ayrıca otoriter bir rol üstlenir. Olayları başkaları için duygusal bir boyutta yorumlama bilişsel bir boyut içerir. Keder döngüsü sürekli olumsuz bir mesajdan ilham alabilen ancak duygusal ve davranışsal boyuttadır.

Yas, kamuya açık sergilenen ve sembolik ya da gerçek, bireysel ya da toplu halde, çeşitli şekillerde gerçekleşir (Brennan, 2008; Mohan, 2008). Kederin ifadesi, aynı zamanda halkın dayanışması ve ortak duygudaşlık ve duyumsamanın gerekli bir parçasıdır. Başsağlığı mesajının yayınlanması ise bu noktada bir kamu duygusunu tanımak ve etkili bir şekilde sembolize etmek olarak tanımlanabilir (Doorley ve

Garcia, 2015). Toplumlar için önemli kişilerin kaybının hemen ardından paylaşılan başsağlığı mesajları toplumsal bellek noktasında paylaşan kurum ve kuruluşları kamuoyunda paydaşları ile yeniden birleştirir. Öyle ki cenaze törenlerinde çelenk konulması gibi dijital ortamlarda semboller ve yaratıcılıkla hazırlanan sosyal medya içerikleri de bu etkili iletişimi mümkün kılar. Acı duygular kolayca konuşulmaz, ancak yazılabilir, bu yüzden sosyal medya keder durumlarında aracılı ama etkili bir iletişim şeklidir (Brennan, 2008: 326).

1.5. Başsağlığı Mesajları ve Sosyal Medya

En popüler keder ayini şekli başsağlığı mesajıdır ve halkla ilişkilerin her düzeyinde kullanılır. Brennan (2008: 327) başsağlığı mesajlarının günümüz duygu yapıları arasında olduğunu iddia eder. Burada modernite ve geleneğin postmodern kültürel formlarla istikrarsızlaştırıldığı kamu ile özel arasında bir ayırım olduğundan söz eder. Kederin toplumsal ifadesi, yaşlı ve daha geniş bir yaş topluluğu arasında bir dizi iletişime olanak tanır ve yaşam ile ölüm arasında boşluk bırakmaya hizmet ederken sosyal medya halkı keder etrafında toplar (Brennan, 2008: 327).

Çevrimiçi anı çalışmaları, büyük ölçüde psikoloji ve sosyoloji etrafında dönmüştür. İlk çalışmalar yoğun olarak Web 1.0 anıt sitelerinin kullanıcılarına odaklanmış ve yayınlanan içerik ve bu çalışmalarda çevrimiçi yas tutma süreçleri analiz edilmiştir (Moss, 2004). Bu çalışmalarda internet, yas tutanların gayri resmi bir ortamda bir araya gelmeleri için yeni bir araç olarak çerçevelenmiştir. Tek başına web sitelerinde inşa edilen bu sanal mezarlıklar açıkça paralelliklere sahiptir. Web 2.0 sosyal medya platformlarının, mevcut kullanıcı profillerinin elden geçirilmesini sağlayan farklı ilişkileri vardır. Anıtlar oluşturmak ve var olan samimi halkları yas tutanlar olarak bir araya getirmek keder etrafında toplulukları bütünleştirir (Hutchings, 2012). Walter vd., (2011) ölümün sosyal bir olay olduğunu ve bunu işaretlemek için bir sosyal medya platformunun kullanıldığını belirtir.

Sosyal medya aracılığı ile ortaya çıkan yas ve başsağlığı mesajlarının temsiliyeti devam eden bir sosyal yaşam, toplumsal bellek yapısı ve arşivlenen bellek ile gerçekliğin oluşturulmasıdır. Her bir sosyal medya platformu kendine özgü stil, dilbilgisi ve mantık birleşimine sahip olabilir. İlişkiler ve ifade ya da eylem tipleri

sosyal medya platformlarının donanım ve yazılımlarına özgüdür (Edensor vd., 2009; Gillespie, 2010; Montfort ve Bogost, 2009).

2. Amaç ve Yöntem

2.1. Amaç

Bu çalışma ölüm ve dijital medya ile ilgili ortaya çıkan uygulamalar üzerine tartışmaları ortaya koymayı amaçlamaktadır. Fotoğraf ve videoları paylaşmak için başvuru sosyal ağ platformları Instagram, Facebook ve Twitter'ın halkla ilişkiler anlamında kurumlara nasıl aracılık ettiğini ve bu görsel iletişimin kurumsal ve kültürel başsağlığı mesajlarının yayınlanmasında şekillenen maddi formlarını incelemektir. Bu bağlamda çalışmanın amacı Kuzey Kıbrıs'ta faaliyet gösteren üniversitelerin başsağlığı mesajlarını yayınlamadaki sosyal medya kullanım pratiklerini belirleyerek, toplumsal bellek ve kurum kültürü açısından Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti ilk cumhurbaşkanı merhum Rauf Raif Denктаş'ın eşi Aydın Denктаş'ın vefatı ile ilgili üniversitelerin resmi sosyal medya hesaplarından paylaştıkları başsağlığı mesajlarını betimlemektir.

2.2. Yöntem

Çalışmada söz konusu örneklemin resmi sosyal medya uygulamaları olarak Instagram, Facebook ve Twitter hesaplarındaki kurum kaynaklı paylaşımlarına yönelik içerik analizi uygulanacaktır. Söz konusu analizde Çiftçi (2018)'in toplumsal bellek kodlama cetveli ve Theunissen ve Mersham'ın (2011)'in medyanın katılabileceği keder kavramsallaştırmasında yer alan 5 boyut çalışmaya uyarlanmıştır.

2.3. Evren/Çalışılan Marka-Kurum

Çalışmada üniversiteler amaçlı bir şekilde seçilmiştir. Kuzey Kıbrıs'ta aktif olan, öğretim izni, kuruluş izni bulunan ve Yükseköğretim Planlama, Denetleme, Akreditasyon ve Koordinasyon Kurulu'ndan Milli Eğitim Bakanlığı'na gönderilen toplam 38 (otuz sekiz) üniversite çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Çalışmanın analizinin uygulanacağı üniversiteler nitel bir yöntem uygulandığı için çalışılan marka-kurum olarak nitelendirilmektedir.

Çalışmanın örnekleme olasılıklı olmayan örneklem tekniklerinden amaçlı örneklem tekniği kullanılarak belirlenmiştir. Çalışmanın örneklemini belirlerken Yükseköğretim Planlama, Denetleme, Akreditasyon ve Koordinasyon Kurulu'nun Ocak 2019 tarihi itibarı ile ÜAKK'ya katılan üniversiteler olarak açıkladığı 19 (on dokuz) üniversite incelenmiştir. Çalışmanın örnekleme bu bilgiler ışığında 19 (on dokuz) üniversite olarak belirlenmiştir. Geride kalan Tablo 1 Yükseköğretim Planlama, Denetleme, Akreditasyon ve Koordinasyon Kurulu'nun resmi web sitesinde sıralanan ÜAKK'ya katılan üniversiteleri göstermektedir. Çalışmanın örnekleminde evrene dahil olan öğretime başlama izni bulunan farklı aşamalardaki 3 (üç) üniversite olan Kıbrıs Metropolitan Üniversitesi, Avrupa Liderlik Üniversitesi ve On Beş Kasım Üniversitesi aktif olarak faaliyet gösteren kurum olarak kabul edilemeyeceğinden dolayı dışarıda bırakılmıştır. Bununla birlikte kuruluş izni olan ve henüz kurulmamış ya da kurulma aşamasında olan 7 (yedi) üniversite Akacan Teknik Üniversitesi, Mesarya Teknik Üniversitesi, 15 Temmuz Üniversitesi, Yükselen Üniversite, Kıbrıs Yenikent Üniversitesi, Kıbrıs Millenium Üniversitesi, Akacan Üniversitesi henüz öğrenci alımına başlamadığından ötürü çalışmanın örneklemine dahil edilmemiştir. Son olarak 4 (dört) YÖDAK'tan MEB'e gönderilen üniversite henüz resmi olarak açıklanmadığından ve YÖDAK dışında işlemi süren 9 (dokuz) üniversite de çalışmanın örneklemine dahil edilmemiştir.

Tablo 1. Yükseköğretim Planlama, Denetleme, Akreditasyon Ve Koordinasyon Kurulu'nun Resmi Web Sitesinde Sıralanan ÜAKK'ya Katılan Üniversiteler

ÜAKK'ya Katılan Üniversiteler*	Üniversitenin Adı
1	Doğu Akdeniz Üniversitesi
2	Girne Amerikan Üniversitesi
3	Yakın Doğu Üniversitesi
4	Lefke Avrupa Üniversitesi
5	Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi
6	ODTÜ Kuzey Kıbrıs Kampüsü
7	İTÜ- KKTC Eğitim Araştırma Yerleşkeleri
8	Akdeniz Karpaz Üniversitesi
9	Girne Üniversitesi
10	Kıbrıs İlim Üniversitesi
11	Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi
12	Kıbrıs Amerikan Üniversitesi
13	Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi
14	Uluslararası Final Üniversitesi
15	Ada Kent Üniversitesi
16	Bahçeşehir Kıbrıs Üniversitesi
17	Rauf Denктаş Üniversitesi
18	Arkın Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi
19	Kıbrıs Batı Üniversitesi

*Tabloda sıralama YÖDAK sayfasında verilen şekilde hazırlanmıştır.

Kaynak: <http://www.yodak.gov.ct.tr/Üniversiteler.aspx>

2.4. Veri Toplama Tekniğı

Araştırmanın örnekleme olan 19 (on dokuz) üniversitenin resmi Instagram, Facebook ve Twitter uygulamalarına yönelik kullanım pratiklerine bakılmıştır. Bu noktada üniversitelerin çoğunun söz konusu sosyal paylaşım ağlarını aktif olarak kullandıkları tespit edilmiştir. Bu bağlamda çalışmada 19 (on dokuz) üniversitenin resmi Instagram, Facebook ve Twitter hesaplarındaki 02.02.2019-08.02.2019 tarihleri arasında Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti kurucu Cumhurbaşkanı Rauf Raif Denктаş'ın eşi Aydın Denктаş'ın vefatı ve cenazesinden sonraki 5 (beş) gün süreyle paylaşımlarına yönelik içerik analizi uygulanmış ve mevcut başsağlığı mesajları kaydedilmiştir.

2.5. Sayılılar, Sınırlılıklar ve Öneriler

Çalışmada temel kısıtlama, örneklemin üniversitelerle sınırlı kalması olarak belirlenmiştir. Üniversiteler adası olarak da tanımlanabilecek olan Kıbrıs için örneklem olarak üniversitelerin seçilmesi yine de anlamlı sonuçlar doğurmuştur. Bu kısıtlamadan hareketle ilerleyen çalışmalarda Kıbrıs'ta faaliyet gösteren diğer kurumların da içine alındığı benzer çalışmaların anlamlı sonuçlar doğuracağı düşünülmektedir. Başsağlığı mesajlarında ve yas konusunda önemli ama yeni yeni literatürde yer bulan sosyal medyanın seçilmesi bir diğer sınırlılık olmakla birlikte yenilik getirmesi açısından da önemlidir. Daha sonraki çalışmalar geleneksel medya ve sosyal medya paylaşımlarında başsağlığı mesajlarının benzer ve farklı yönlerini incelerse anlamlı olacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte aynı örneklem üzerinden üniversitelerin Halkla İlişkiler departmanları ile yapılacak derinlemesine görüşme yöntemi ile başsağlığı mesajları ve kurumsal kimlik çalışmaları yapılabilir. Sosyal medyayı aktif olarak kullanan üniversiteler ve pasif kalan üniversiteler arasında 4. Nesil üniversiteler kavramı ışığında karşılaştırılmalı çalışmalar literatüre özgün değer katacaktır.

3. Bulgular

Çalışmanın örneklemini oluşturan üniversitelerin resmi sosyal medya hesaplarından veri toplama tekniği uygulanarak indirilen tüm içeriklerin Facebook, Instagram ve Twitter şeklindeki dağılımı aşağıda özetlenmiştir. Tablo 2'de belirtildiği üzere Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti kurucu Cumhurbaşkanı Rauf Raif Denктаş'ın eşi Aydın Denктаş için üniversitelerin başsağlığı mesajlarını yayınlamak üzere başvurdukları mecralar arasında en yüksek oran Facebook paylaşımları iken ($n=10$), en düşük oran ($n=5$) ise Twitter olarak kaydedilmiştir. Tablo 2 üniversite bazında paylaşımları özetlemektedir.

Tablo 2. Üniversitelerin Aydın Denктаş'ın Vefatı İçin Facebook, Instagram Ve Twitter Başsağlığı Mesajı Paylaşımlarına Göre Dağılımları

Üniversitenin Adı*	Facebook	Instagram	Twitter	Paylaşım Tarihi
Doğu Akdeniz Üniversitesi	√	-	-	02.02.2019
Girne Amerikan Üniversitesi	-	-	-	-
Yakın Doğu Üniversitesi	-	-	-	-
Lefke Avrupa Üniversitesi	√	√	-	02.02.2019
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi	√	-	-	02.02.2019
ODTÜ Kuzey Kıbrıs Kampüsü	-	-	-	-
İTÜ- KKTC Eğitim Araştırma Yerleşkeleri	-	-	-	-
Akdeniz Karpaz Üniversitesi	√	√	√	02.02.2019
Girne Üniversitesi	√	√	-	04.02.2019
Kıbrıs İlim Üniversitesi	√	√	√	02.02.2019
Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi	√	√	√	02.02.2019
Kıbrıs Amerikan Üniversitesi	-	-	-	-
Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi	√	√	√	04.02.2019
Uluslararası Fınal Üniversitesi	√	√	√	02.02.2019
Ada Kent Üniversitesi	-	-	-	-
Bahçeşehir Kıbrıs Üniversitesi	-	-	-	-
Rauf Denктаş Üniversitesi	√	-	-	02.02.2019
Arkın Yaratıcı Sanatlar ve Tasarım Üniversitesi	-	-	-	-
Kıbrıs Batı Üniversitesi	-	-	-	-

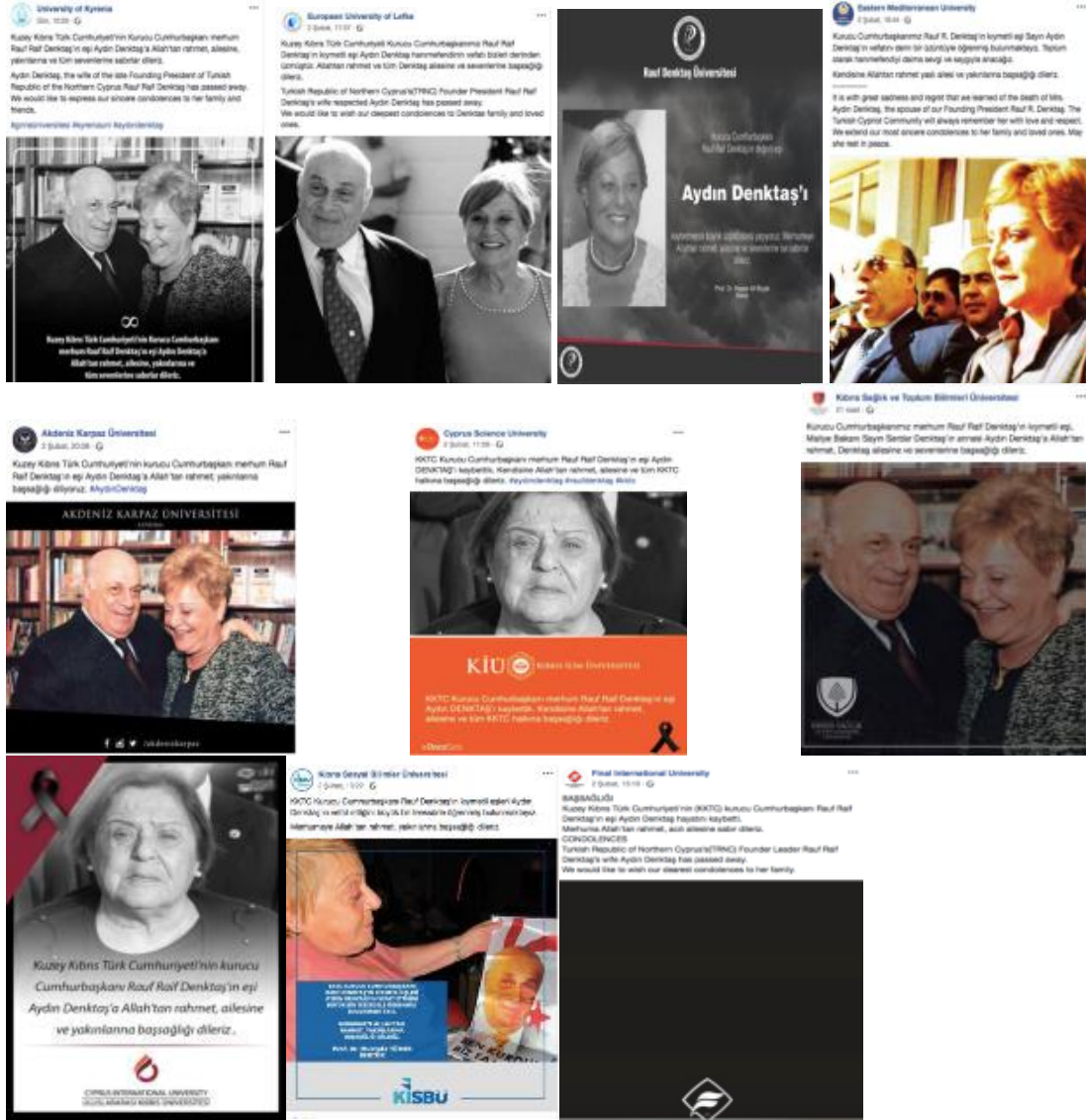
*Tabloda sıralama YÖDAK sayfasında verilen şekilde hazırlanmıştır.

Çalışmanın yöntem kısmında belirtildiği gibi Ciftci'nin (2018) toplumsal bellek kodlama cetvelindeki tarihsel bir sürece ve kişiliğe atıfta bulunma değişkeni, toplumsal belleğin medya aracılığı ile yeniden yapılandırılmasında sembol olarak bayrak kullanımı ve toplumsal bellekte arşivlenen bellek olarak fotoğraf kullanımı değişkeni ile, Mauss'un (1990) sembolik jest ve kurumsal tebliğ sınıflandırılması, Theunissen ve Mersham'ın (2011) kederin medyada araçsallaştırılmasından yaratılmış dayanışma ve duygusal yorumlama boyutu, Dyer'in (2009) reklam analizi çözümü, Pastor ve Vozmediano'nun (2015) başsağlığı mesajlarında siyah-beyaz kullanımı özelliği ve Moore'un (2008) görsel anlatım elemanı ve yas tutma sembolü olarak kurdele kullanımı çalışmaya uyarlanmıştır. İçerik analizlerini yaparken kullanılan görseller bir araya getirilerek kolaj oluşturulmuştur. Söz konusu kolajlar üniversitelerin resmi sosyal medya profillerinden ekran görüntüsü olarak

ÇİFTÇİ, Dilan (2020). Sosyal Olarak Paylaşılan Yas: Aydın Denктаş İçin Paylaşılan Başsağlığı Mesajları Üzerine Bir İnceleme, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 8 (1), 587-613

kaydedilmiştir ve aşağıdaki gibidir. Şekil 1, Şekil 2 ve Şekil 3 sırasıyla Facebook, Instagram ve Twitter olarak hazırlanmıştır.

Şekil 1. Facebook Üzerinden Paylaşılan Aydın Denктаş İçin Başsağlığı Mesajları Ekran Görüntüleri



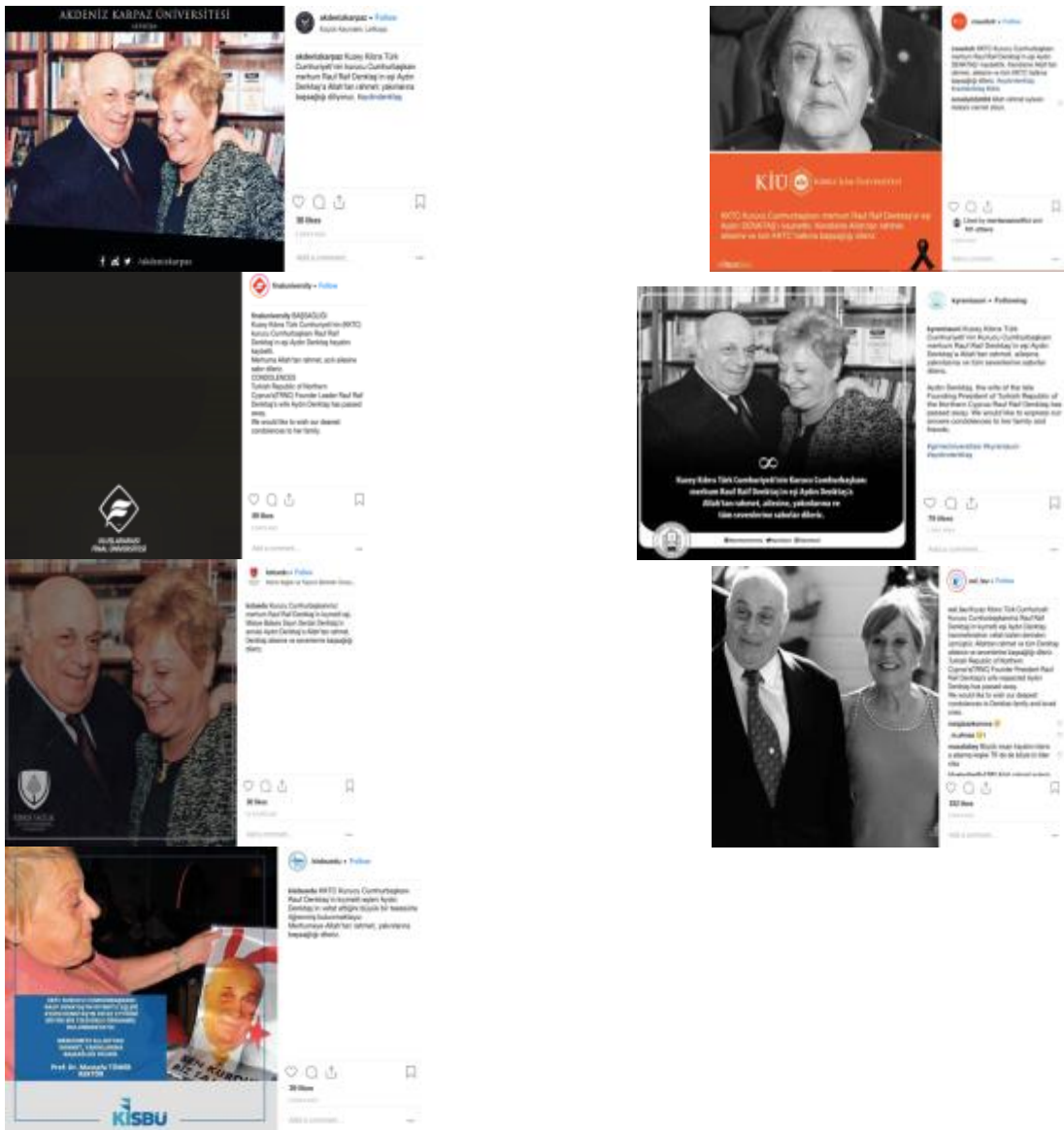
*Şekil 1 üniversitelerin kendi resmi web sitelerinde ilan edilen resmi Facebook hesaplarından ekran görüntüsü alınarak bir araya getirilmiştir.

Seçilen örnekteki üniversitelerin çoğunlukla Aydın Denктаş için başsağlığı mesajlarını paylaşmayı tercih ettikleri sosyal medya platformu Facebook olarak karşımıza çıkmıştır. Bu bağlamda Facebook üzerinden başsağlığı mesajı

ÇİFTÇİ, Dilan (2020). Sosyal Olarak Paylaşılan Yas: Aydın Denктаş İçin Paylaşılan Başsağlığı Mesajları Üzerine Bir İnceleme, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 8 (1), 587-613

yayınlayan üniversiteler alfabetik sıra ile Akdeniz Karpaz Üniversitesi, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Girne Üniversitesi, Kıbrıs İlim Üniversitesi, Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi, Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi, Lefke Avrupa Üniversitesi, Rauf Denктаş Üniversitesi, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi ve Uluslararası Final Üniversitesidir.

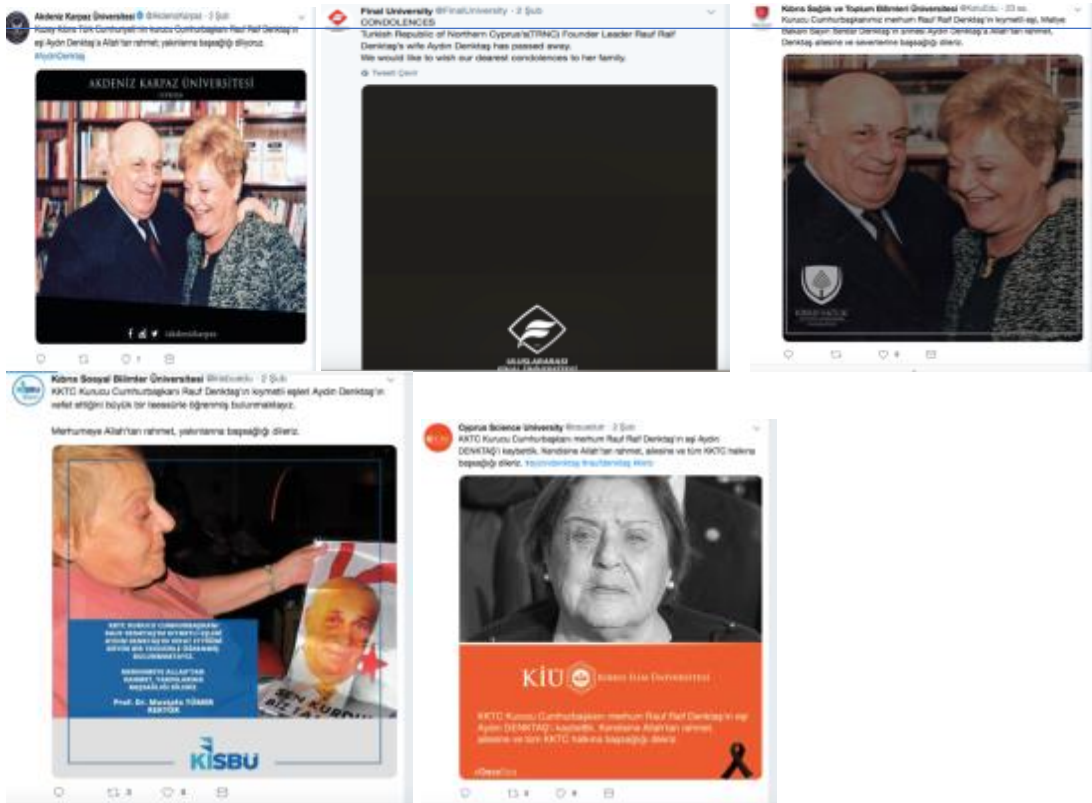
Şekil 2. Instagram Üzerinden Paylaşılan Aydın Denктаş İçin Başsağlığı Mesajları Ekran Görüntüleri*



*Şekil 2 üniversitelerin kendi resmi web sitelerinde ilan edilen resmi Instagram hesaplarından ekran görüntüsü alınarak bir araya getirilmiştir.

Seçilen örneklemedeki üniversitelerin bir kısmı Facebook üzerinden yaptıkları Aydın Denктаş için başsağlığı mesajlarını Instagram aracılığı ile de paylaşmayı tercih etmişlerdir. Aynı içeriklerin dolaşımında olduğundan yola çıkarak Instagram üzerinden başsağlığı mesajı yayınlayan üniversiteler alfabetik sıra ile Akdeniz Karpaz Üniversitesi, Girne Üniversitesi, Kıbrıs İlim Üniversitesi, Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi, Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi, Lefke Avrupa Üniversitesi ve Uluslararası Final Üniversitesidir. Söz konusu paylaşımlar yukarıda görsel olarak sunulmuştur. Facebook üzerinden paylaşımda bulunan 10 (on) üniversitenin 3 (üç) tanesi Instagram üzerinden paylaşımda bulunmamıştır. Bu üniversiteler alfabetik sıra ile Doğu Akdeniz Üniversitesi, Rauf Denктаş Üniversitesi ve Uluslararası Kıbrıs Üniversitesidir.

Şekil 3. Twitter Üzerinden Paylaşılan Aydın Denктаş İçin Başsağlığı Mesajları Ekran Görüntüleri*



*Şekil 3 üniversitelerin kendi resmi web sitelerinde ilan edilen resmi Twitter hesaplarından ekran görüntüsü alınarak bir araya getirilmiştir.

Seçilen örnekleme'deki üniversitelerin çok kısıtlı bir kısmı Facebook ve Instagram üzerinden yaptıkları Aydın Denктаş için başsağlığı mesajlarını Twitter aracılığı ile de paylaşmayı tercih etmişlerdir. Twitter üzerinden başsağlığı mesajı yayınlayan üniversiteler alfabetik sıra ile Akdeniz Karpaz Üniversitesi, Kıbrıs İlim Üniversitesi, Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi, Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi ve Uluslararası Final Üniversitesidir. Söz konusu paylaşımlar yukarıda görsel olarak sunulmuştur. Facebook üzerinden paylaşımda bulunan 10 (on) üniversitenin 5 (beş) tanesi Instagram üzerinden paylaşımda bulunmasına rağmen Twitter üzerinden sadece 7 (yedi) üniversite başsağlığı mesajı paylaşımında bulunmuştur. Geriye kalan üniversitelerin resmi Twitter hesaplarında aktif olarak paylaşımlarda bulunmadığı tespit edilmiştir. Kuzey Kıbrıs'taki ÜAKK'ya katılan 19 (on dokuz) üniversite arasında 3 (üç) farklı sosyal medya platformunu başsağlığı mesajı yayınlamada aktif kullanan üniversiteler alfabetik sırayla Akdeniz Karpaz Üniversitesi, Kıbrıs İlim Üniversitesi, Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi, Kıbrıs Sosyal Bilimleri Üniversitesi ve Uluslararası Final Üniversitesidir.

3.1. Tarihsel Süreç/ Kişiliğe Atıfta Bulunma Ve Sembol Olarak Bayrak Kullanımı (Ciftci, 2018)

Paylaşımların hepsinde tarihsel sürece ve kişiliğe atıfta bulunmaktadır. Bu bağlamda başsağlığı mesajlarının hepsinde Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti kurucu Cumhurbaşkanı olarak Rauf Raif Denктаş'a atıfta bulunulmuş bu sayede kendisinin kurucu cumhurbaşkanı olması ve toplum belleği adına Aydın Denктаş'ın kurucu Cumhurbaşkanı Rauf Raif Denктаş'ın eşi olması vurgulanmıştır. Bunun yanı sıra Ciftci (2018) toplumsal bellekte sembollerin önemini vurgularken toplumu ilgilendiren ölüm, cenaze ve anma gibi çerçevelerde sembolik anlamda bayrak yerleştirilmeye sıklıkla başvurulduğunu vurgulamaktadır. Bu bağlamda, 22 (yirmi iki) başsağlığı mesajının sadece 3 (üç) tanesinde bayrak başsağlığı mesajı ile birlikte kullanılan görselde öne çıkmaktadır. Söz konusu paylaşım Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi'nin resmi Facebook, Instagram ve Twitter hesabından paylaşılmıştır. Ayrıca aynı paylaşımlarda merhum Rauf Raif Denктаş'ın da bayrağın üzerine monte edilmiş fotoğrafı ile birlikte arşivlenen bellek olarak kullanılan fotoğraflama tekniği

öne çıkmıştır. Diğer paylaşımlarda Aydın Denктаş ve Rauf Raif Denктаş'ın birlikte olduğu (sağ iken çekilen) fotoğrafları kullanılırken Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi'nin paylaşımında üst bellek dediğimiz fotoğrafta fotoğraf yerleştirilme tekniği ile Rauf Raif Denктаş'ın merhum olması çerçevelenmiştir. Bunun yanı sıra Uluslararası Final Üniversitesi herhangi bir fotoğraf kullanmayarak başsağlığı mesajı yayınlayan tek üniversite olarak önemli bir bulgudur.

Tablo 3. Tarihsel Süreç/ Kişiliğe Atıfta Bulunma ve Sembol Olarak Bayrak Kullanımı

Üniversitenin Adı*	'Kurucu Cumhurbaşkanı eşi' kullanımı	Bayrak Kullanımı	Fotoğraf yerleştirme
Doğu Akdeniz Üniversitesi	√	-	-
Lefke Avrupa Üniversitesi	√	-	-
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi	√	-	-
Akdeniz Karpaz Üniversitesi	√	-	-
Girne Üniversitesi	√	-	-
Kıbrıs İlim Üniversitesi	√	-	-
Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi	√	√	√
Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi	√	-	-
Uluslararası Final Üniversitesi	√	-	-
Rauf Denктаş Üniversitesi	√	-	-

*Tabloda sıralama YÖDAK sayfasında verilen şekilde hazırlanmıştır.

3.2. Sembolik Kişisel Jest Veya Kurumsal Tebliğ (Mauss, 1990)

Bu noktada örnekleme oluşturan 19 (on dokuz) ÜAKK'ya üye üniversitenin resmi Facebook, Instagram ve Twitter hesaplarındaki Aydın Denктаş'ın vefatı için yayınlanan başsağlığı mesajlarının sembolik kişisel jest olarak mı (yani bir kişi adı kullanılarak) yoksa kurumsal tebliğ olarak kurum adına mı yapıldığına Mauss (1990)'ın çalışmasında yas sürecinin bilinçli eylem olarak uzlaşma hareketinde sembolik kişisel jest ve kurumsal tebliğ sınıflandırılması çalışmaya uyarlanarak bakılmıştır. Bu bağlamda çalışmada elde edilen 22 (yirmi iki) paylaşımın sadece 4 (dört) tanesinde bunların 3 (üç) tanesi bir üniversite ve 1 (bir) tanesi bir üniversite paylaşımı olmakla birlikte sembolik kişisel jest ve kurumsal tebliğ bir arada kullanılmıştır. Başka bir deyişle, örneklemedeki üniversitelerden sadece 2 (iki)

tanisinin paylaşımlarında rektörün ismi ile başsağlığı mesajı resmi sosyal medya hesaplarından duyurulmuştur. Bu üniversiteler alfabetik sırayla Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi ve Rauf Denктаş Üniversitesidir. Diğer 17 (on yedi) paylaşımında üniversiteler kurumsal tebliğ olarak başsağlığı mesajı yayınlamıştır.

Tablo 4. Sembolik Kişisel Jest veya Kurumsal Tebliğ

Üniversitenin Adı*	Sembolik Kişisel Jest	Kurumsal Tebliğ	Rektör İsmi ile Kurumsal Tebliğ
Doğu Akdeniz Üniversitesi	-	√	-
Lefke Avrupa Üniversitesi	-	√	-
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi	-	√	-
Akdeniz Karpaz Üniversitesi	-	√	-
Girne Üniversitesi	-	√	-
Kıbrıs İlim Üniversitesi	-	√	-
Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi	√	√	√
Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi	-	√	-
Uluslararası Final Üniversitesi	-	√	-
Rauf Denктаş Üniversitesi	√	√	√

*Tabloda sıralama YÖDAK sayfasında verilen şekilde hazırlanmıştır.

3.3. Sembol Olarak Kurum Logosu Kullanımı (Dyer, 2009)

Çalışmanın örneklemini oluşturan 19 (on dokuz) üniversitenin Resmi Facebook, Instagram ve Twitter hesaplarındaki Aydın Denктаş'ın vefatı için yayınlanan başsağlığı mesajlarında Dyer'in (2009) reklam analizi çözümlemesindeki sembol olarak kurum logosunun kullanımı ve başsağlığı mesajındaki konumlandırılmasına uyarlanarak incelenmiştir. Bu bilgiler ışığında Facebook paylaşımlarının 6 (altı) tanesinde kurum logosu görselin üzerine monte edilerek paylaşılmıştır, bu şekilde paylaşım yapan üniversiteler alfabetik sırayla Kıbrıs İlim Üniversitesi, Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi, Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi, Rauf Denктаş Üniversitesi, Uluslararası Final Üniversitesi ve Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi. Benzer şekilde Instagram paylaşımlarının 5 (beş) tanesinde kurum logosu görseli başsağlığı mesajında yerini almıştır. Bu paylaşımları yapan üniversiteler alfabetik sırayla Girne Üniversitesi, Kıbrıs İlim Üniversitesi, Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi, Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi ve Uluslararası Final Üniversitesidir. Son olarak Twitter üzerinden paylaşılan başsağlığı mesajlarından 4 (dört) tanesinde kurum logosu bulunmaktadır. Bunlar alfabetik sırayla Kıbrıs İlim Üniversitesi, Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri

Üniversitesi, Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi ve Uluslararası Final Üniversitesidir.

Tablo 5. Sembol Olarak Kurum Logosu Kullanımı

Üniversitenin Adı*	Sembol Olarak Kurum Logosu Kullanımı
Doğu Akdeniz Üniversitesi	-
Lefke Avrupa Üniversitesi	-
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi	√
Akdeniz Karpaz Üniversitesi	-
Girne Üniversitesi	√
Kıbrıs İlim Üniversitesi	√
Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi	√
Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi	√
Uluslararası Final Üniversitesi	√
Rauf Denктаş Üniversitesi	√

*Tabloda sıralama YÖDAK sayfasında verilen şekilde hazırlanmıştır.

3.4. Başsağlığı Mesajlarında Siyah-Beyaz Kullanımı (Pastor ve Vozmediano, 2004)

Çalışmanın örneklemini oluşturan başsağlığı paylaşımları görsel tasarım öğeleri olarak kullanılan renk açısından analiz edilerek ve Pastor ve Vozmediano'nun (2004) başsağlığı mesajlarında siyah-beyaz kullanımı çalışmanın örneklemini oluşturan üniversitelerin sosyal ağlar aracılığıyla paylaşımlarına bakılarak incelenmiştir. Burada siyah renk nerdeyse evrensel kabul görmüş yas rengi olarak paylaşımlarda olup olmadığı ortaya konmuştur. Çalışmanın örnekleminde bulunan 22 (yirmi iki) paylaşımından 8 (sekiz) tanesinde siyah-beyaz kullanımı, 4 (dört) tanesinde siyah arka fon, 3 (üç) tanesinde kurumsal logoyu siyah-beyaz verme, 7 (yedi) tanesinde ise renklendirme kullanılmıştır. Bu bilgiler ışığında öne çıkan sonuçlar şu şekildedir: Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi paylaşımındaki görselinde siyah-beyaz kullanımı, logonun renksiz verilmesi ya da siyah arka fonu kullanmayarak renkli bir başsağlığı mesajı yayınlayan tek üniversitedir. Siyah-beyaz kullanımı yapan üniversiteler alfabetik sırayla Girne Üniversitesi, Rauf Denктаş Üniversitesi, Uluslararası Final Üniversitesi ve Lefke Avrupa Üniversitesidir. Siyah arka fon kullanmayı tercih eden üniversiteler alfabetik sırayla Akdeniz Karpaz Üniversitesi ve Uluslararası Kıbrıs Üniversitesidir. Bunların dışında kurumsal logoyu siyah beyaz verirken görselin devamını renkli vererek paylaşım yapan üniversite Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesidir. Son olarak, renkli paylaşımında bulunan üniversiteler ise alfabetik sırayla, Doğu Akdeniz Üniversitesi, Kıbrıs İlim

Üniversitesi ve Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesidir. Kıbrıs İlim Üniversitesi merhum Aydın Denктаş'ın fotoğrafına karatma uygulamıştır.

Tablo 6. Başsağlığı Mesajlarında Siyah-Beyaz Kullanımı

Üniversitenin Adı*	Siyah-Beyaz Kullanımı	Siyah Arka Fon	Logo Karartma	Renkli Paylaşımında Buluma
Doğu Akdeniz Üniversitesi	-	-	-	√
Lefke Avrupa Üniversitesi	√	-	-	-
Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi	-	√	-	-
Akdeniz Karpaz Üniversitesi	-	√	-	-
Girne Üniversitesi	√	-	-	-
Kıbrıs İlim Üniversitesi	-	-	-	√
Kıbrıs Sosyal Bilimler Üniversitesi	-	-	-	√
Kıbrıs Sağlık ve Toplum Bilimleri Üniversitesi	-	-	-	-
Uluslararası Final Üniversitesi	√	-	-	-
Rauf Denктаş Üniversitesi	√	-	√	-

*Tabloda sıralama YÖDAK sayfasında verilen şekilde hazırlanmıştır.

3.5. Yas Tutma Sembolü Olarak Kurdele Kullanımı (Moore, 1990)

Çalışmanın örneklemini oluşturan materyalin tümünde diğer bir görsel anlatım elemanı olarak kabul görmüş kurdele kullanımının durumu incelenmiştir. Resimler ve semboller iletişimde çoğu zaman kelimelerden ve uzun anlatılardan daha fazla etkiye sahip bulunmuştur. Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte aslında Guy Debord (2018)'in tam da bahsettiği gibi simgesel bir mübadelenin içerisinde iletişim faaliyetlerini sürdürmekteyiz. Tüm bu bilgiler ışığında yas tutma sembolü olarak üniversitelerin başsağlığı mesajları paylaşımlarına bakıldığında kurdele kullanımı sadece Kıbrıs İlim Üniversitesi ve Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi'nde bulunmaktadır. Buna ek olarak Girne Üniversitesi başsağlığı mesajı paylaşımında sonsuzluk işaretini görsellerinde konumlandırmıştır.

SONUÇ

Toplumların önemli bir parçası olarak üniversiteler sadece yürüttükleri ideolojik anlamları ve eğitsel faaliyetleri anlamında değil, toplumu ilgilendiren, gündeme konu olan her türlü olay karşısında duyarlı olmaları beklenen kurumlar olarak önemli yere sahiptirler. Söz konusu durum topluma mal olan bir liderin ya da politik figürün vefatı noktasında da kendini göstermektedir. Bu bağlamda üniversiteler duyarlılık ve sorumluluk bilinci ile hareket ederek söz konusu kayıplar için taziyede bulunurlar. Bu çalışmada öne çıkan yas tutmanın ve taziyeye bildirmenin sosyal medya uygulamaları ile sunuşu halka açık, ağ aracılı ve sosyal bir faaliyet olarak kurumların geleneksel örneklerine nazaran kağıdın yerini alan genişletilmiş ve aynı zamanda yaratıcılık gerektiren tasarımsal başsağlığı mesajları yas ve kayıp durumlarında toplumsal destek bildirme anlamında etkili olmaya başlamıştır. Alan olarak sosyal medyanın yas tutulan bir mekan olarak işlev görebileceği savunulabilmektedir. Burada toplumsal olarak inşa edilen toplumsal bellek başsağlığı mesajları ile birlikte söylem olarak yeniden inşa edilmiştir. Bu çalışmada toplumsal bellek için sembolik yeri olan kişi ve kişilerin sosyal medya aracılığıyla yas durumlarında sosyal olarak yeniden inşa edilmesini göstermektedir. Toplumsal hafızanın inşası yas bağlamında ortaya çıkan bir topluluğun önkoşulu, başsağlığı mesajları ile mümkündür. Sadece sembolik ve arşivlenebilme işlevlerinden dolayı değil, aynı zamanda sürekliliği ve yeniden canlandırmanın ortaya çıkmasını sağladıkları için çevrimiçi yas tutma ve hatırlama eylemleri önemlidir.

Özellikle bilginin zaman ve mekan sınırı tanımaksızın dolaşımında olduğu ve hızla yayıldığı bu dönemde toplumsal etkileşim adına kurumların yaşanan olumsuzluklar karşısında tepkisiz kalmaları mümkün değildir. Bu bağlamda ele alından kurumlar olarak üniversiteler paydaşları ve toplumun geneli ile kurdukları iletişimde iyi niyet ve karşılıklı anlayışa dayalı ilişkinin sürdürülmesi adına Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti kurucu cumhurbaşkanı Rauf Raif Denктаş'ın eşi Aydın Denктаş'ın vefatı üzerine başsağlığı mesajlarını sosyal medya hesaplarından paylaşmışlardır. Paylaşılan başsağlığı mesajları için en fazla tercih edilen çevrimiçi ortam Facebook olarak ortaya çıkmıştır. Üniversitelerin resmi Facebook, Instagram ve Twitter hesaplarına bakılan bu çalışmada paylaşımların bir üniversite içi aynı

görsel üzerinden farklı sosyal medya hesapları aracılığıyla çoklu paylaşımı şeklinde ortaya çıktığı görülmüştür. Örnekleme oluşturan üniversiteler arasında Kıbrıs İlim Üniversitesi simgesel anlatım tekniği kullanan kurum olarak öne çıkmıştır. Yasın toplumsal ya da evrensel olması noktasında bazı üniversiteler başsağlığı mesajlarını yayınlarken sadece Türkçe yayın yaparken bazı üniversiteler ise paydaşlarının çeşitliliğinden yola çıkarak yasin evrensel boyutuna vurgu yapar şekilde başsağlığı mesajlarını iki dilde yayınlamayı tercih etmiştir. Bütün bu bilgiler ışığında çalışmanın genel bulguları şu şekilde sıralanabilir:

Çalışmanın genel bulgularına bakıldığında, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti kurucu cumhurbaşkanı Rauf Raif Denктаş'ın eşi Aydın Denктаş için üniversitelerin başsağlığı mesajlarını yayınlamak üzere başvurdukları mecralar arasında en yüksek oran Facebook paylaşımları iken ($n=10$), en düşük oran ($n=5$) ise Twitter olarak tespit edilmiştir.

Araştırma kapsamında incelemeye alınan Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nde faaliyet gösteren üniversitelerin, Aydın Denктаş'a ait başsağlığı mesajlarının hepsinde Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti kurucu Cumhurbaşkanı Rauf Raif Denктаş'a ve tarihsel sürece atıfta bulunulmuştur.

Toplumsal bellekte sembollerin önemini vurgularken, toplumsal açıdan önem taşıyan cenaze ve anma gibi olgularda bayrak sembolünün sıklıkla kullanıldığı gözlenmiştir.

Araştırma kapsamında incelemeye alınan öğretim kurumlarının çalışmanın odak noktasını oluşturan Aydın Denктаş için başsağlığı mesajlarının kişisel jest olarak değil, kurumsal tebliğ olarak duyurulduğu tespitler arasındadır.

Ayrıca öğretim kurumlarının sosyal medya paylaşımlarında genel olarak kurum logosu kullanılmadığı görülmüştür.

Yas tutma sembolü olarak üniversitelerin başsağlığı mesajı paylaşımlarında kurdele kullanımı yaygın değildir.

Ayrıca, kurucu Cumhurbaşkanı Rauf Raif Denктаş'ın Kıbrıslı Türklerin toplumsal belleğini oluşturan tarihsel süreçte önemli bir yeri olduğunu ifade eden paylaşımlar dikkat çekmektedir.

Son olarak cenaze, anma, tören gibi olguların toplumsal belleği canlı tutma açısından tarihsel sürece katkıda bulunduğu da tespitler arasındadır.

KAYNAKÇA

AXELROD, Julie (2016). The 5 Stages of Loss and Grief. Psych Central, Erişim Adresi: <http://psychcentral.com/lib/the-5-stages-of-loss-and-grief/>. Erişim Tarihi: 08.02.2019.

BAYM, Nancy K. (2007). The New Shape of Online Community: The Example of Swedish Independent Music Fandom, First Monday, 12 (8). Erişim Adresi: <https://journals.uic.edu/ojs/index.php/fm/article/view/1978/1853>, Erişim Tarihi: 08.02.2019.

BELCH, George E. ; BELCH, Michael A. (2003). Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective, Boston: McGraw-Hill.

BOLTER, Jay David; GRUSIN, Richard (2001). Remediation: Understanding New Media, Cambridge: MIT Press.

BRENNAN, Michael. (2008). Condolence Books: Language and Meaning in the Mourning for Hillsborough and Diana, Death Studies, 32 , p.326-351. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1080/07481180801974729>, Erişim Tarihi: 08.02.2019.

BRENNAN, Mike (2008). Mourning and Loss: Finding Meaning in the Mourning for Hillsborough, Mortality. 13(1), 1-23. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1080/13576270701783082> Erişim Tarihi: 08.02.2019.

BRUBAKER, Jed R.,; HAYES, Gillian R. (2011). We Will Never Forget You [Online]': An Empirical Investigation Of Post-Mortem Myspace Comments. Proceedings of Computer Supported Cooperative Work CSCW 2011, New York: ACM Press, p. 123-132. Erişim Adresi: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=1958843> Erişim Tarihi: 08.02.2019.

BRUNS, Axel; BURGESS, Jean (2011). The Use of Twitter Hashtags In The Formation of Adhoc publics, Sixth European Consortium For Political Research General Conference, 25–27 August, Iceland.

CARROLL, Brain; LANDRY, Katie (2010). Logging On And Letting Out: Using Online Social Networks to Grieve and to Mourn, *Bulletin of Science, Technology & Society*, 30(5), p. 341–349.

ÇİFTÇİ, Dilan. (2018). Remembering the Past: The Collective Memory and Historiographies of Cyprus, *Journal of History Culture and Art Research*, 7(3), p. 152-162.

ÇOLAK, Ali (2014). Ölüm İlanı ile ilgili Rivayetler ve Güncel Uygulamaları, *Dinbilimleri Akademik Dergisi*, 14 (3), s.65-93.

DEBORD, Guy (2018). Gösteri Toplumu, İstanbul: Ayrıntı Yayınları

DOORLEY, John; GARCIA, Helio Fred (2015). Reputation Management. The Key to Successful Public Relations and Corporate Communication, New York: Routledge.

DYER, Gillian (2009). Advertising as Communication, Taylor and Francis e-Library.

EDENSOR, Tim; LESLIE, Deborah; MILLINGTON, Steve; RANTISI, Norma (2009). Spaces of Vernacular Creativity: Rethinking The Cultural Economy. London: Routledge.

ERGIN, Murat (2010). Taking It to the Grave: Gender, Cultural Capital, and Ethnicity in Turkish Death Announcements, *OMEGA-Journal of Death and Dying*, 60 (2), p.175-197.

GARDE-HANSEN, Joanne; HOSKINS, Andrew; Reading, Anna (2009). Save As Digital Memories. Basingstoke: Palgrave Macmillan.

GIBBS, Martin; BELLAMY, Craig; ARNOLD, Michael; NANSEN, Bjorn; KOHN, Tamara (2013). Digital Registers and Estate Planning', *Retirement and Estate Planning Bulletin*, 16 (3), p.63–68.

GILLESPIE, Tarleton (2010). The Politics of 'Platforms', *New Media Society*, 12(3), p. 347-364.

GREER, Clark F.; MORELAND, Kurt D. (2003). United Airlines and American Airlines Online Crisis Communication Following The September 11 Terrorist

Attacks, *Public Relations Review*, 29, p. 427-441. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2003.08.005> Erişim Tarihi: 08.02.2019.

HUTCHINGS, Tim (2012). *Wiring Death: Dying, Grieving and Remembering on the Internet*. (Editors), D. Davies ve C.Park. *Emotion, Identity and Death: Mortality Across Disciplines*, Farnham: Ashgate Publishing, p. 43–58.

KAZMI, S. H. H.; Batra, Satish K. (2008). *Advertising and Sales Promotion*. New Delhi: Excel Books.

KEAR, Adiran; STEINBERG, Deborah Lynn (1999). *Mourning Diana: Nation, Culture and The Performance of Grief*. London: Routledge.

KOHN, Tamara; GIBBS, MV.; ARNOLD, MV., & NANSEN, B. (2012). *Facebook and the Other: Administering to and Caring for the Dead Online*. (Editor), G. Hage. *Responsibility*, Melbourne: University of Melbourne Press, p.128–141.

KUANG, Ching Hei (2015). *Functions of Malaysian Condolences Written in Text Messages*, *Pertanika J. Soc. Sci. & Hum*, 23 (1), p.1-19.

LIEBSCH, Burkhard; GOODWIN, Donald (2016). *Grief as a Source, Expression, and Register of Political Sensitivity*, *Social Research*, 83 (2), p. 229-254.

MARWICK, Alice; ELLISON, Nicole B. (2012). *There Isn't Wifi in Heaven!'* *Negotiating Visibility on Facebook Memorial Pages*, *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 56, p. 378–400.

MAUSS, Marcel. (1990) *The Gift: The Form and Reason for Exchange in Archaic Societies*. London: Routledge.

MCMELLON, Charles A.; LONG, Mary (2004). *From Patriotic To Tasteless: Exploring Consumer Reactions to 9/11/2001 Related Advertising*, *Advances in Consumer Research*, 31(1), p. 623-631.

MERSHAM, Gary Malcolm; THEUNISSEN, Petra, & PEART, Joseph (2009). *Public Relations and Communication Management. An Aotearoa/NewZealand Perspective*, Auckland: Pearson New Zealand.

ÇİFTÇİ, Dilan (2020). Sosyal Olarak Paylaşılan Yas: Aydın Denктаş İçin Paylaşılan Başsağılı Mesajları Üzerine Bir İnceleme, Gümüşhane Üniversitesi İletişim Fakültesi Elektronik Dergisi (e-gifder), 8 (1), 587-613

MILES, Brian; MORSE, Stephanie (2007). The Role of News Media in Natural Disaster Risk and Recovery, *Ecological Economics*, 63(2-3), p. 365-373.

MOHAN, Tery (2008). *Communicating as Professionals*, Victoria: Thomson.

MONTFORT, Nick; BOGOST, Ian (2009). *Racing the Beam: The Atari Video Computer System*, Cambridge: The MIT Press.

MOORE, Sarah EH (2008). *Ribbon Culture: Charity, Compassion, and Public Awareness*, Hampshire: Palgrave Macmillan.

MORI, Joji; GIBBS, Martin; ARNOLD, Michael; NANSEN, Bjorn; KOHN, Tamara (2012). 'Design Considerations For After Death: Comparing The Affordances of Three Online Platforms', *Proceedings Of The Twenty-Fourth Australian Computer– Human Interaction Conference (OZCHI'12)*, p. 395–404. doi:10.1145/2414536.2414599

MOSS, Miriam (2004). 'Grief on the Web', *Omega: Journal of Death & Dying*, 49, p.77–81.

NEIMEYER, Robert A.; KLASS, Dennis; DENNIS, Michael Robert. (2014). A Social Constructionist Account of Grief: Loss and the Narration of Meaning, *Death Studies*, 38, p.485-498. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1080/07481187.2014.913454> Erişim Tarihi: 08.02.2019.

PASTOR, Esther Martinez ; VOZMEDIANO, Manuel Montes (2015). 'Pain in Advertising: an Analysis of the Content and Design of the Advertisements in Press After 11-Terrorist Attacks', *Communication Sociedad*, 28(1), p.115-126.

PETROVICI, Amalia (2014). 'PR in Crisis Situations. A Case Study', *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 149, p.714-718. Erişim Adresi: <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.08.269>. Sciences, 116, p. 1405-1410. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.406> Erişim Tarihi: 08.02.2019.

POLAT, Nejla (2011). Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti Yazılı Basımında Kişisel İlanlar ve Ölüm İlanları, *İstanbul Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 40, s.87-100.

SMITH, Ronald D. (2005). *Strategic Planning for Public Relations*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

THEUNISSEN, Petra; MERSHAM, Gary (2011). 'New Zealand's Darkest Day': The Representation of national grief in the Media: The Case of the Christchurch Earthquake', *Alternation Special Edition*, 4, p. 420-440.

THEUNISSEN, Petraç., & MERSHAM, Gary. (2011). New Zealand's Darkest Day': The Representation of national grief in the Media: The Case of the Christchurch Earthquake, *Alternation Special Edition*, 4, p.420-440.

TÜRK DİL KURUMU; (2016), 'Baş sağlığı', Erişim Adresi: <http://www.tdk.gov.tr/index.php?op>, Erişim Tarihi: 15.02.2019.

TÜRKEL, Selin (2016). Soma Maden Kazası Sonrasında Verilen Başsağlığı İlanları: Nicel ve Nitel Bir Çalışma, *Maltepe Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 3(1), s. 3-24.

URIBE, Rodrigo; HIDALGO, Pedro; MARTINEZ, Carolina (2015). Developing Campaigns in the Context of a Disaster: Content of and Reactions to Advertising Following the Earthquake in Chile on February 27, 2010, *Disaster Prevention and Management*, 24(1), p.100-114.

VAN DIJCK, Jose (2008). *Digital Photography: Communication, Identity, Memory, Visual Communication*, 7, p. 57-76.

WALTER, Tony; HOURIZI, Rachid; MONCUR, Wendy; PITSILLIDES, Stacey (2011). 'Does the Internet Change How We Die And Mourn? Overview and Analysis', *Omega*, 64, p. 275-302.

WILLIAMS, Amanda L.; MERTEN, Michael J. (2009). Adolescents Online Social Networking Following the Death of A Peer, *Journal of Adolescent Research*, 24, p. 67-90.