

*Kaynak Mobilizasyonu Kuramında Sosyal Medya ile Kolektif Kimliğin Oluşturulması: “Teröre Hayır Kardeşliğe Evet” Hareketi**

Hasan Fürkan Çubukçuoğlu, Yüksek Lisans Öğrencisi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, E-Posta: furkann84@gmail.com

Öz Abstract

Günümüzde meydana gelen toplumsal hareketlerde kolektif bir kimliğin oluşturulduğu ve bu kimliğin hareketin amaçlarına ulaşılması için aktif olarak kullanıldığı görülmektedir. Özellikle iletişim teknolojilerindeki gelişim ile birlikte; enformasyonun hızlı yayılması, maliyetlerin düşük olması, anonimlik imkânı sunması, kolay üye olunabilirlik ve sanal cemaatler için kamusal alanlar yaratması özellikleri ile sosyal medya kolektif kimliğin oluşturulmasında etkin rol oynamaktadır. Ancak toplumsal hareketlerin yorumlanmasında başvurulan kaynak mobilizasyonu kuramınca kolektif kimlik kavramına

gereken önemin verilmediği ifade edilmektedir. Fakat kolektif kimliğin bu kuram penceresinden bakıldığında da önemli olduğunu ve sosyal medyanın bu hususta etkin kullanıldığını ortaya koymak amacıyla Teröre Hayır Kardeşliğe Evet hareketi kaynak mobilizasyonu kuramı ile incelenmiş ve hareket esnasında kolektif kimliğin sosyal medya vasıtasıyla oluşturulduğu tespit edilmiştir. Yapılan incelemede, hareketin resmi internet adresindeki duyurular ve sosyal medya hesaplarındaki paylaşımlar üzerinden elde edilen veriler söylem analizi ile niteliksel olarak değerlendirilmiştir.

Producing Collective Identity In Resource Mobilization Theory Through Social Media: ‘No Terrorism, Yes Brotherhood’ Movement

In the current social movements a collective identity is produced and actively used in order to achieve the goals of the movements. Especially in paralel with the developments in communication technologies, the social media plays a crucial role with its properties like spreading the information swiftly, low costs, availability of anonymity, easy membership and providing public sphere for the virtual communities. However, it is stated that the resource mobilization theory which is used to interpret the social movements does not give importance to collective identity in an adequate way. Nevertheless, the collective identity is prominent also

for this theory. In order to support this argument and show the effective role of social media in collective identity, ‘No Terrorism Yes Brotherhood’ movement has been examined under the light of resource mobilization theory. Moreover, it has been observed that the collective identity of the movement was produced through social media. In the research; the data reached from the announcements on the official internet site of the movement and the sharings of he members in the social media accounts has been evaluated qualitatively by using discourse analysis.

*: Bu çalışma 15-17 Haziran 2016 tarihlerinde Atılım üniversitesinde düzenlenen “Culture And Communication in Anatolia: Past, Present And Future” adlı uluslararası sempozyumda sunulan bildirinin geliştirilmiş halidir.

Anahtar Kelimeler Keywords

Toplumsal Hareketler, Kaynak Mobilizasyonu, Sosyal Medya, Teröre Hayır Kardeşliğe Evet

Social movements, resource mobilization, social media, no terrorism yes brothership.

Giriş

İnsanoğlu çıkarlarına uymayan durumlarda veya salt vicdanının baskısı ile şahit olduğu adaletsizliklere ve eşitsizliklere karşı bir duruş sergileme eğilimindedir. Kimi zaman bu duruş sessiz ve içine kapanık bir protesto şeklinde vücut bulurken kimi zaman ise kendisi gibi düşünen diğerleri ile sırt sırta vermek suretiyle toplumsal hareketlere dönüşmüş ve devrimler gerçekleştirecek güce ulaşmıştır. Özellikle sanayi devrimi ile birlikte sınıf tabanlı ve ekonomik sebeplere dayanan toplumsal hareketler post modern bir görünüm çizen günümüz toplumlarında katılımcılarının özellikleri, karşı çıktığı konular ve talep ettikleri açısından değişime uğramış ve yeni toplumsal hareketler adıyla anılmaya başlamıştır.

Bu yeni toplumsal hareketleri incelemek için iki farklı yaklaşıma başvurulmaktadır. ‘Yeni toplumsal hareketler’ kuramı hareketleri genel olarak; belli bir lideri ve biçimsel bir organizasyonu olmayan, kolektif kimlik üzerine inşa edilen eylemler olarak tasvir ederken, ‘kaynak mobilizasyonu kuramı’ ise önceden örgütlenmiş, fayda zarar dengesini gözeten bireylerce icra edilen eylemler olarak betimlemektedir. Kolektif kimliğin oluşturulmasına bu kuramda gereken değer verilmemiştir. Ancak kolektif kimlik kavramının, hareketin amaç ve isteklerini anlatmak, katılımcılarda beraberlik yaratmak ve yeni katılımcılar elde etmek gibi çeşitli sebeplerle bahse konu kuram için de önemli oluğu ve aktif bir şekilde kullanıldığı düşünülmektedir.

Hatta iletişim teknolojilerindeki gelişmeler neticesinde günlük yaşantının bir kısmını dolduran dijital ve özellikle sosyal medya kolektif kimliğin oluşturulmasında etkin rol oynamaktadır. Anonimlik imkânı, erişim ve üyelik kolaylığı, iletişimin ve enformasyon dolaşımının hızlı ve düşük maliyetli olması gibi özellikleri sayesinde sosyal medya toplumsal hareket katılımcıları tarafından tercih edilmektedir. Mekân sınırlaması olmaksızın farklı kamusal alanlarda düşünceler ifade etme ve sıkıntıları dile getirme imkânı sunan sosyal medya vasıtasıyla bireyler dünyanın diğer bir ucundaki eylemlere destek verebilmektedirler. Bu sebeple de toplumsal hareketler sosyal medya ile daha hızlı büyüebilmektedir.

Bu kapsamda çalışmanın amacı kolektif kimlik kavramının kaynak mobilizasyonu yaklaşımı açısından da önemli bir faktör olduğunu ve kolektif kimliğin oluşturulmasında sosyal medyanın etkin kullanıldığını ortaya koymaktır. İfade edilen düşüncelerin desteklenmesi maksadıyla Türkiye’de 17 Eylül 2015 tarihinde ‘bayrağını al gel’ sloganı ile 14 Sivil Toplum Kuruluşu (STK) önderliğinde ve geniş katılım ile gerçekleştirilen ‘Teröre Hayır Kardeşliğe Evet’(THKE) toplumsal hareketi değerlendirilmiştir. Çalışmada THKE hareketinin resmi internet adresindeki duyurular ve resmi Twitter hesaplarındaki paylaşımlar incelenmiştir. Elde edilen veriler söylem analizi yapılmak suretiyle niteliksel olarak değerlendirilmiştir. Yapılan değerlendirme neticesinde ilk olarak THKE hareketinin neden kaynak mobilizasyonu kuramı ile açıklanmaya daha yatkın olduğu, ardından da sosyal medya vasıtasıyla kolektif kimliğin nasıl oluşturulduğu örneklerle açıklanmıştır.

Yeni Toplumsal Hareketler Kuramı

Yeni toplumsal hareketler kuramı; sanayi sonrası toplumun ekonomi temelli olmadığı ve bu sebeple günümüz toplumsal hareketlerinin sınıf yerine kimlik kavramı üzerine inşa edildiğini dile getirmektedir (Işık,2015). Kuram ayrıca, günümüz toplumlarında çatışmaların merkezinde siyasetin değil kültürün olduğunu iddia etmektedir (Özen,2015). Bu kapsamda yeni toplumsal hareketler; siyasi gücün yeniden dağılımından çok yeni kimliklerin tanınması ile egemen kültürel ve normatif kuralların değiştirilmesini hedeflemektedir (Poletta ve Jasper, 2001:286).

Yeni toplumsal hareket kuramı düşünürlerinden biri olan Melluci (1985); yeni toplumsal

hareketlerin hâkim kültürel kodlar karşısında yeni yaşam tarzları, yeni bir dil ve gerçeğin yeni tanımlarını ürettiğini belirtmiştir. Diğer bir önemli düşünür olan Tourine (1995) ise; sanayi sonrası toplumun programlanmış topluma dönüştüğünü, bu dönüşümün kültürel özellikler taşıdığını ifade etmiş ve kamusal alanda tartışılmayan kültürel sorunların toplumsal hareketleri icra eden sivil toplum aracılığıyla gündeme geldiğine değinerek toplumda yeni toplumsal hareketlerin güç kazandığını ifade etmektedir (akt.Timisi,2003).

Bahse konu kuram, kültürel karakteristiklerle daha çok ilgilenmiş ve böylece kimlik kavramı ile aktörlerin değerlerini merkeze alarak kolektif kimliği toplumsal hareketin kritik bir unsuru olarak ön plana getirmiştir (Tucker,2013). Bu kapsamda Melluci (2004); yeni toplumsal hareketleri değişik gruplarla diyaloglar yoluyla kolektif kimliğin inşa edildiği toplumsal ilişkiler ağı olarak tanımlamıştır (akt.G.İşık,2015:37).

Kaynak Mobilizasyonu Kuramı

Kaynak mobilizasyonu kuramı yeni toplumsal hareket katılımcılarının rasyonel ve stratejik kararlar alarak harekete geçtiklerini vurgulamaktadır. İşık (2011); kaynak mobilizasyonu kuramcılarının grupların stratejik avantajlar, bireylerin ise kendi çıkarları için eylem yaptıklarını ve bu yöndeki itici gücün ise araçsal olduğunu ifade ettiklerini belirtmiştir.

Bu yaklaşıma göre; bireyler veya gruplar eyleme geçmeden önce maliyet fayda dengesini göz önünde bulundurarak icra ettikleri durum muhakemesi neticesinde elde edilen fayda maliyetlerden daha fazla ise yani toplumsal harekete katılmak mantıklı ise harekete geçmektedirler. Zira bu durumu Olson (1993) By-product kuramında; “gruplar genellikle faydalanan kimselerin sayısının az ve organizasyon bedelinin bireyin ortak çıkarlar payına oranla daha düşük olduğu durumlarda örgütlenirler” (akt.G.İşık,2011) diyerek açıklamıştır. Kar zarar dengesini gözeterek örgütlenen bu bireyler aynı zamanda hareketin kaynaklarını da sağlamaktadırlar. Bu kapsamda mobilizasyon Tilly’e göre (1977); harekete geçilmesi için ihtiyaç duyulan kaynakların üzerinde bir grup tarafından kolektif kontrolün ele geçirilmesidir. Kaynak olarak ifade edilenler ise iş gücü, her türlü mal, silah, oy ve diğer unsurlardır. Kaynak kavramı daha genelleştirilirse; toplumsal hareketin başlatılması ve bekasının sağlanması için ihtiyaç duyulan fiziksel, teknolojik, finansal, lojistik ve insan gücü desteğidir (Conover, Ferrara, Menczer ve Flammini,2013).

Kaynak mobilizasyonu kuramı toplumsal hareketlerin başarısını kaynakların etkin kullanımında aramaktadır. Hareketin desteklenmesi için ayrılan kaynakla başarı doğru orantılıdır. Bunun yanı sıra; toplumsal hareketler önceden örgütlü ve sürekli bir liderlik altında olan bireyler tarafından icra edilmektedir. Bu kapsamda Useem(1973); bir protesto hareketinin oluşumunu genellikle bir sosyal problemin çözümü ile uğraşan siyasal prensiplerin etrafında birleşmiş bir grubun önceden varoluşuna bağlı olduğunu dile getirmiştir (akt.Tilly,1977:2.43).

Kaynak mobilizasyonu kuramının eleştirildiği konuların başında ise kolektif kimlik kavramının önemsenmemesi hususu gelmektedir. Kuram hareketleri rasyonel fayda maliyet hesaplamasına indirgemesi ve kolektif kimlik kavramına gerekli değeri vermemesi açısından eleştirmektedir. Tucker (2013); kaynak mobilizasyonu kuramının kolektif kimliği bir kenara ittiğini ve dış çevrelere bağımlı olduğu düşüncesi ile sosyal aktörlerin eylemleri üzerinde durduğu gerekçesi ile yermektedir (s.83).

Kolektif Kimliğin Oluşturulması

Maffesoli (2002) kimlik kavramını; dünyayı yorumlamalarına yardımcı olması için bireyler tarafından yaratılan değerler, kültür, dil, mekan, zaman ve görüşler üzerine temellendirilen

toplumsal ve dinamik oluşumlar olarak tanımlamaktadır (akt. Papaioannou ve Olivos,2013). Her bireyin dünyayı tanımlamasına yardımcı olacak ve çevresi tarafından da kendisinin tanınmasını sağlayacak bir ve birden çok kimliği bulunmaktadır. Castells (2003); “Kolektif ya da bireysel, atfedilmiş ya da inşa edilmiş bir kimlik arayışı toplumsal anlamın temel kaynağı haline gelmektedir....Kimlik anlamın aslı hatta bazen temel kaynağı haline gelmiştir. İnsanlar giderek anlamlarını, ne yaptıkları etrafında değil de kim oldukları ya da kim olduklarına inandıkları etrafından örgütlemektedir” (Castells,2003:3-4) diyerek kimliğin toplumsal hayattaki önemini vurgulamıştır.

Aynı mantıkla toplumsal hareketler de kendilerini tanıttıkları bir kimlik yaratmak zorundadırlar. Farklı bireylerden oluşan toplumsal hareketlerin oluşturduğu kimlik ise kolektif kimlik olarak adlandırılmaktadır. Kolektif kimlik kavramına en çok katkı yapan düşünürlerinden biri olan Melluci (1996) kolektif kimliği dayanışma ve ait olma talepleri kavramları üzerinde durarak açıklamıştır. Ona göre kolektif kimlik bir eylem sisteminin inşa edilmesi sürecidir ve kimlik de eylemin temelini oluşturmaktadır. Bu kapsamda kolektif kimlik; etkileşimler arasında inşa edilmiş, etkileşen, iletişim kuran birbirlerini etkileyen, müzakere eden ve kararlar alan aktörler arasında meydana gelmiş aktif ilişkiler ağı olarak değerlendirilmektedir (akt.Holand,Fox ve Daro,2008). Bu kapsamda, kolektif kimlik güçlü ve stratejik bir koordinasyon imkânı sunmaktadır. Diğer bir deyişle, kolektif kimlik aynı değerleri, sosyal koşulları ve görüşleri paylaşan insanlar arasında etkileşim ve uzlaşma yaratmak maksadıyla grup oluşturma imkânına sahiptir.

Kolektif kimliğin etkisi için varılan genel kanı; toplumsal hareketin kendi kimliğini ne kadar başarı ile oluşturur, çerçeve içine oturtursa üye ve destekçi kazanma, kamuoyunun dikkatini çekme, diğer gruplar arasında ittifaklar kurma ve düşmanlığı geri püskürtmede o kadar başarılı olacağı şeklindedir (Poleta ve Jasper,2001). Bu kapsamda Işık (2015); bir toplumsal hareketin başarısının artması ve hareketin genişlemesi için diğer gruplarla dayanışma içine girmesinin önemli olduğunu ifade etmektedir.

Özellikleri ve tanımları açıklanmaya çalışılan kolektif kimliği daha iyi anlamak için Gezi olaylarındaki ‘kırmızılı kadın’ imgesi, İran’da 2009 yılında meydana gelen Yeşil Hareketin sembolü ve Cumhurbaşkanı adayları Musavi’nin seçim yarışında partisinin rengi olan yeşil bayraklar, 2011 yılında ABD’deki Occupy Wall Street olaylarının çıkış sloganı ‘We are %99’¹ örnek olarak verilebilir. Bütün bu örnekler kendilerini ortaya çıkartan toplumsal hareketlerde katılımcıların birlik olmalarını sağlamış, ne için direndiklerini ve neye karşı bir duruş sergilediklerini hem kendilerine hatırlatmış hem de takip eden dış çevreye anlatmıştır. Bu semboller sayesinde bireyler uğruna birçok şeyi göze aldıkları davalarının içinde kimliklerini eriterek kendileri olmaktan çıkmış ve anonim insanlara dönüşmüşlerdir. Kolektifin yarattığı kimlik bireylerin kendi kimliklerinin yerini almıştır.

Kolektif kimliğin yaratılmasında sosyal medya

Toplumsal hareketler medyaya bağımlıdırlar. Bu bağımlılığın sebeplerinden biri toplumsal hareketlerin seslerini kitlelere duyurabilmesi ve kamuoyu ile iletişime geçebilmesi için medyaya duyulan ihtiyaçtır. Bu sayede halkın desteği alınabilmektedir. Bunun yanı sıra toplumsal hareketler medya aracılığı ile varlıklarını onaylatırlar. Halkın olduğu kadar iktidardakilerin veya egemen güç sahibi olanların dikkatlerini çekerler. Bunun neticesinde hem halk toplumsal hareketin rahatsız olduğu konuyu gündemine alır hem de toplumsal hareketler dışı açılma imkânı bularak farklı gruplarla iş birliği yapma fırsatını yakalar. Ancak bu bağımlılığın sebeplerinden en önemlileri hiç şüphesiz ki medyanın toplumsal hareket lehine icra edeceği çerçeveleme faaliyetleri ve toplumsal hareketin oluşturduğu kolektif kimliğin kitlelere duyurulmasıdır. Bunlar sayesinde

1 Biz % 99’uz.

halk ve toplumsal hareket ortak dili konuşmaya başlar. Nihayetinde medya aktif katılımcı veya destekçi kazanma konusunda toplumsal harekete yardımcı olarak adeta hareket için itici güç rolü oynar (Işık,2015).

Ancak, toplumsal hareketlerin medyaya olan bağımlılığı toplumsal hareketlerin kendisinde vücuda gelen değişimle paralel olarak geleneksel ve basılı medyadan internet ve özellikle de sosyal medyaya doğru kaymaktadır. Bu kapsamda; “sosyal medya günümüzde hareketlerin sadece bel kemiği değildir. Aynı zamanda yeni, etkin ve esprili bir iletişimsel direniş dilinin ortaya çıkmasına imkân veren çok yönlü ortamlar sunmaktadır” (Gerbaudo ve Trere, 2015:869).

Kawada (2015); sosyal medyanın kullanılmasını toplumsal hareketlerin hızlı bir şekilde yayılması ve katılımcıların seferber edilmesinde araçsal bir rol oynadığı yönünde değerlendirmektedir. Zira kolektif kimlik sosyal medya etkileşimleri ile şekillenmektedir. Bu husus “profil resimlerinden statü, durum güncellemeleri ve oluşturulan mesajlara kadar sosyal medya etkileşimlerinde görülmektedir” (Gerbaudo ve Trere, 2015:868). Online olarak iletilen mesajların basılı olarak yayınlanan mesajlara nazaran çok daha kolay ve hızlı yayılarak okunması mümkündür. Bu sayede daha geniş bir izleyici kitlesi yaratılmakta, aynı fikirlere sahip kişiler arasında daha ucuz ve daha hızlı bilgiye ulaşım imkânı sunulmaktadır.

Dijital medya kolektif kimliğin oluşturulmasında ise örgütlenme gücü olan bir araç olarak görülmektedir. Diğer bir değişle internet ve sosyal medya “toplumsal hareketler için tam anlamıyla biçimsel bir organizasyon olmadan örgütlenme, maliyetsiz ve basit örgütsel yapıya sahip kolektif eylemler için koordinasyon ve kolay üye olunabilirlik imkânı sunmaktadır” (Kawada,2015:873). Kawada; toplumsal hareketlerin örgütsel yapısının iki kademeli olduğunu dile getirmiştir. Ona göre; hareketin farklı iletişim alanlarına ulaşılabilirlik ve katılımcıların görünürlüğü bu kademelerin oluşumunu etkilemektedir. Bu kapsamda, fiziksel olarak eylemlere katılanlar iç halkayı oluşturmakta, hareketi uzaktan takip edenler ise dış halkayı oluşturmaktadır. Ancak sosyal medya bahse konu iç ve dış halkalar arasındaki sınırı bulanıklaştırmaktadır. Bu sayede sosyal medya toplumsal hareketlerin katılımcı ve dahil edici karakterini vurgulamaktadır (s.879-884).

Koordinasyon ve iletişim boyutunu ise Işık (2015); “toplumsal hareketin ortaya çıkması ve yayılması açısından hareketin üyeleri ile toplum arasında sürekli bir iletişim olması gerekmektedir. Böylece toplumsal alanda bilgi alış veriş süreci başlamış olacaktır...Politik ve sosyal bir dünyada yaşayan toplumsal grupların kendi kimliklerini topluma kabul ettirmeye çalışmasında medya ile bireyleri ve grupları kısacası toplumu bilgilendirmesi son derece önemlidir”(s.4) ifadeleri ile açıklamaktadır.

Sosyal medya aracılığı ile toplumsal hareketlerin katılımcılarının kolay üye olunabilirliği hakkında ise Kawada (2015); “bireyin toplumsal harekete üyeliği açık ve standart prosedürleri olan bir süreç değildir ve genellikle ‘like’² butonuna tıklamak suretiyle gerçekleşecek kadar basittir. Bu sebeple herhangi bir zamanda harekete yönelik farklı iletişim alanlarına erişenler hareketin aynı zamanda üyesi olmaktadır” (s.878) diyerek üyelik kavramının ne kadar kolay ve hızlı bir hal aldığını da belirterek klasik yapıdaki bir örgüte üyelik süreci ile arasındaki farka dikkat çekmektedir.

İnternet ve sosyal medyanın toplumsal hareketlerde etkin olarak kullanılmasının bir diğer sebebi de anonimlik imkânı sunmasıdır. Zira “internette kaynak ve alıcı kavramlarının yerini

2 www.facebook.com internet sitesinde var olan bir uygulama.

kullanıcı yani katılımcı alır. Kaynak ve alıcı arasındaki ayırım ortadan kalkmıştır....Kullanıcı kendini belirgin kılma olanağına sahip olduğu kadar gizleme olanağına da sahiptir. Bu anlamda internet, teknolojinin sunduğu güvenli bir mekandır” (Timisi,2005:96). Bu kapsamda bireyler internet üzerinde anonim veya sanal kimliklerle kendilerini daha özgür ve daha risksiz bir ortamda hissetmektedirler. Bunun neticesinde, fikir ve kimliklerin görünür olduğu gerçek kamusal alanlarda birey olarak rahatsızlıklarını ve protestolarını açıkça ifade etmekten çekinmelerine rağmen internetin sağladığı anonimlik ve gizlilik siperlerinin arkalarına gizlenerek görüşlerini açıkça ifade edebilmektedirler.

İnternetin bireyde yarattığı anonimliğe bağlı özgürleşme hissi, beden coğrafi sınırlarından kurtulması yani sınırların aşılması ile birlikte kişilere kendi seçtikleri kamusal alanlara girebilme imkanı da sağlamaktadır (Timisi,2005). Bu kapsamda bireyler içinde yaşadıkları yaşam alanlarında mevcut bulunan cemaatlerle sınırlı kalmadan ve bu cemaatlerin yarattığı toplumsal baskılardan korunmuş bir şekilde günlük yaşamlarındaki maskelerini çıkartma olanağına sahip olarak, dünyanın herhangi bir yerinde oluşturulmuş farklı bir cemaate dâhil olmak suretiyle farklı kamusal alanlarda fikirlerini paylaşma ve protestolarını icra etme özgürlüğünü yaşamaktadırlar.

Subaşı (2005); sanal cemaatlerin tesadüfi ve sadece aynı coğrafi koordinatları paylaşmaktan dolayı bir arada olan insanlardan oluşmadığını, aksine bireyler tarafından kendi seçtikleri özelliklere göre belirlenen sanal cemaatlerin dünya çapında katılımcılara açık olması açısından küresellik özelliği taşıdığını ve bunun yanında bir konu veya sorun temeline oturtulmaları sebebiyle de sınırlılık karakteristiğine sahip olduklarını ifade etmiştir.

Bu özellikler göz önüne alındığında, sanal cemaatler toplumsal hareketlerin destekçi bulma ve davanın meşru sebeplerinin kamuoyu tarafından bilinmesi şeklindeki emelleri için etken rol almaktadır. Ancak, kolaylıkla girilebilen sanal cemaatlerden aynı seviyede basit ve hızlı bir şekilde çıkma imkânının da bulunması sebebiyle toplumsal hareketler sadece sanal ortamda cereyan etmemekte, en nihayetinde gerçek mekânlarda gerçek bedenlerle oluşturulmuş kolektif kimliklerin eylemlerine ihtiyaç duymaktadır.

Yöntem

Çalışmanın amacı kolektif kimlik kavramının kaynak mobilizasyonu yaklaşımı için de önemli bir faktör olduğunu ve kolektif kimliğin oluşturulmasında sosyal medyanın aktif bir rol oynadığını ortaya koymaktır. Bu kapsamda ilk olarak incelenmek üzere seçilen THKE hareketinin neden kaynak mobilizasyonu kuramı ile değerlendirilmesinin daha uygun olacağı üzerinde durulmuş, ardından THKE hareketinin kolektif kimliğinin oluşturulması maksadıyla sosyal medyaya ne şekilde başvurduğu tespit edilmeye çalışılmıştır. İki görüşün de desteklenmesi için gerekli verilerin elde edilmesi maksadıyla hareketin resmi internet sitesinde³ yapılan duyurular ve hareketin resmi afişinde belirtilen iki adet Twitter hesabındaki⁴ paylaşımlar 14 Eylül-15 Ekim 2015 tarihleri arasında incelenmiştir. Dijital medyadan elde edilen veriler söylem analizi ile niteliksel bir şekilde değerlendirilmiş ve çeşitli başlıklar altında sınıflandırılarak konu açıklanmaya çalışılmıştır.

3 <http://www.terorehayirkardesligivevet.org/index.html>

4 <https://twitter.com/bayraginialgel>, <https://twitter.com/hashtag/terorehayirkardesligivevet>

Bulgular ve Değerlendirme

‘Teröre Hayır Kardeşliğe Evet’ Hareketi

Türkiye’de icra edilen 07 Haziran 2015 Genel Seçimlerinden sonra özellikle koalisyon hükümetinin kurulamaması neticesinde oluşan tedirgin hava şehir merkezlerinde ve kırsalda güvenlik güçlerine karşı birbirinin peşi sıra meydana gelen terör saldırıları ve kaldırılan şehit cenazeleri ile daha da gerilmiş, vatandaşlar arasında hissedilir bir huzursuzluk yaratmıştır.

Böyle bir ortamda; 14 STK⁵ yöneticisi tarafından 14 Eylül 2015 tarihinde yapılan basın açıklaması ile terör olaylarından duyulan rahatsızlık dile getirilmiş ve teröre karşı demokratik bir yürüyüş planlandığı ilan edilmiştir. Bu kapsamda, 17 Eylül 2015 tarihinde Ankara Sıhhiye Meydanında ‘bayrağı al gel’ sloganı ile birlikte başlatılan THKE hareketi, planlayıcısı 14 STK’nın da içinde bulunduğu toplam 261 STK üyesi ile bağımsız bireylerin katılımıyla icra edilmiştir (Teröre hayır,2015).

Hareketin Kaynak Mobilizasyonu Yaklaşımı ile İncelenmesi

THKE hareketi bazı özellikleri nedeniyle kaynak mobilizasyonu kuramı ile açıklanmaya daha yatkındır. Kaynak mobilizasyonu kuramına göre toplumsal hareketler önceden örgütlü ve sürekli bir liderlik altından bulunan bireylerin katılımı ile gerçekleşmektedir. Bu kapsamda, 14 STK’nın önderliğinde planlanan, basın toplantısı ile ülkeye duyurulan ve yine bu örgütlerin organizasyonu ile gerçekleştirilen THKE hareketi bu özelliğe tam olarak sahiptir. Zira hareketin organizatörü olan veya eylemin icra edildiği gün katılım sağlayan STK’lar eylemden önce kurulmuş, belirli amaçları doğrultusunda lobi, ikna veya eylemler yoluyla çalışan, üyelerini ve çalışanlarını gönüllük esasına göre kabul eden, yöneticileri ve liderleri olan kurumsal yapıya sahip örgütlerdir. Bahse konu eylem de 14 STK başkanının katılımıyla gerçekleştirilen bir basın toplantısında verilen yer, zaman ve amaç hakkında bilgilendirme ile birlikte harekete geçirilmiş, örgütsel yapının dinamikleri ile eyleme dönüştürülmüş ve katılımcılarının çoğunluğunu bu örgütlerin sürekli liderlik altında bulunan mevcut üyelerinden temin etmiştir.

Kaynak mobilizasyonu kuramı harekete geçen grupların stratejik avantajları, harekete dahil olan bireylerin ise kişisel çıkarları bulunduğunu ve bu avantaj ve çıkarlar sebebiyle hareketin icra edildiğini iddia etmektedir. Bu kapsamda; hareketi organize eden ve daha sonra katılan STK’ların icra edilen hareket ile sahip olacakları stratejik avantaj tehlikeye girmiş olan güvenli ortamın yeniden tesis edilmesi, terörle mücadele eden devlet ile iyi ilişkiler kurma ve var olan ilişkilerin pekiştirilmesi olacaktır. Harekete katılan bireyler de içinde bulunan emniyetsiz ortama karşı duruşlarını göstererek daha güvenli bir yaşam elde etme hayali taşımaktadırlar.

5 Türkiye Emekli Astsubaylar Derneği (TEMAD),

Türk Kamu Sendikası (Kamu Sen.),

Türkiye Serbest Muhasebeci Mali Müşavirler ve Yeminli Müşavirler Odaları Birliği (TÜRMOB),

Türk Sanayiciler ve İşadamları Derneği (TÜSİAD),

Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu (TİSK),

Türkiye İşçi Sendikaları Konfederasyonu (Türk-İş),

Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu (TESK),

Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB),

Türkiye Ziraat Odaları Birliği (TZOB),

Memur Sendikaları Konfederasyonu (Memur Sen.),

Hak İşçi Sendikaları Konfederasyonu (Hak-İş),

Türkiye Barolar Birliği, Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği (Müsiad) ve Türk Girişim ve İş Dünyası Konfederasyonu (Türkonfed)

Kurama göre katılımcılar maliyet fayda dengesini gözeterek yapılan durum muhakemesinin neticesinde harekete katılım kararı almaktadır. Bu kapsamda THKE katılımcıları için maliyetlerin; eylem için harcanan zaman, ulaşım masrafları, kalabalık bir insan grubu ile bir alanda bulunmanın yaratabileceği terör temelli güvenlik problemleri olması muhtemeldir. Ancak elde edilebilecek faydalar ise; terörün sona ermesi, umut edilen huzurlu ve güvenli ortamın tesis edilmesi, yaratılan güvenli ortama bağlı ekonomik ve siyasal istikrar, bir gruba ve bir düşünceye ait olmanın verdiği hissiyat, üyesi olunan STK'nın almış olduğu karara uyarak örgüt içinde genel kabul görme gibi hususlardır. Bu açıdan bakıldığında THKE hareketi katılımcılarının da böyle bir muhakeme neticesinde harekete katılma kararı aldıkları değerlendirilebilir. Zira hareketin resmi sosyal medya adresinde yapılan "Doğduğumuz şehirler farklı olabilir ama bu ülke hepimizin. Terör her şeyi yıkar, kardeşlik herkese kazandırır" (Bayrağını Al Gel,2015) paylaşımı veya "Hepimizin ortak geleceği için #TeröreHayırKardeşliğeEvet" (Değirmenci,2015) şeklindeki paylaşımlar hareket ile elde edilebileceği düşünülen kazançlara atıfta bulunmaktadır.

Kaynak mobilizasyonu kuramına göre hareketin kaynakları katılımcılar tarafından temin edilmektedir. THKE hareketinde de organizasyonu planlayıp uygulamaya koyan STK'lar aynı zamanda basın toplantısı, reklam, afiş dağıtımı, ulaşım ve diğer lojistik konularda kaynak görevi görmüşlerdir. STK'ların gelirlerinin bağış ve üyelik aidatlarından geldiği göz önünde tutulduğunda hareketin hem finansal hem de insan gücü kaynağının STK üyeleri olduğu sonucuna rahatlıkla varılabilir. Bu husus hareketin resmi Tweeter adresleri incelendiğinde katılımcıların yaptığı paylaşımlardan da görülebilmektedir. Polatlı Ticaret Odası'nın (2015); "14.00'da Polatlı Ticaret Odası önünden otobüslerle hareket edilecektir" şeklindeki paylaşımı örgüt tarafından sunulan ulaşım imkânlarına örnek oluşturmaktadır. "Yarın BTSO⁶ olarak şanlı Türk bayrağımızı Bursa esnafımıza ve halkımıza dağıtarak hep birlikte #TerörehayırkardeşliğeEvet diyoruz" (Burdakay,2015) paylaşımı da hareketin en önemli sembolünün temin edildiği kaynaklara dair fikir vermektedir.

Bu kaynakların etkin bir şekilde kullanılması ve hareketin tanınması kaynak mobilizasyonu kuramı için başarı ölçütleridir. Bu kapsamda, 14 STK'nın öncülüğünü yaptığı hareket toplam 261 STK üyeleri ve herhangi bir üyeliği bulunmayan bireylerin katılımı ile büyümüştür. Hareket mevcut kaynaklarını etkin bir şekilde kullanması sayesinde geniş bir katılım elde etmiş, iyi bir reklam kampanyası yürütmesi neticesinde ve özellikle medya organlarının gösterdiği ilgi vasıtasıyla ülke çapında yankı uyandırmıştır. Medyanın harekete gösterdiği ilgi Ersayın'ın (2015) "bir mitingi Halk TV, CNN Türk, AHaber aynı anda yayınlıyorsa amacına ulaşmıştır. İlk kez şahit oldum" paylaşımı ile hissedilmektedir. Tabii hareketin bu başarısında kaynakların etkin kullanmasının yanında dile getirdiği isteğinin de geçerli ve genel kabul görmüş bir istek olmasının etkisi göz ardı edilmemelidir.

Van der Veen'e göre toplumlar beş aşamada harekete geçerler (akt.Çalı, 2006). Birinci aşama potansiyel desteğin yaratılmasıdır. THKE hareketinde potansiyel destek STK üyeleri ile sağlanmıştır. İkinci aşama bağlantı kurmak maksadıyla gönüllü üyelik ağlarının kurulmasıdır. Bu aşama da özellikle sosyal medya, internet sitesi, basın açıklamaları, dağıtılan afişler ve kurulan iletişim aracılığıyla sağlanmış ve harekete katılım sağlayan STK ve birey sayısı hızla artış göstermiştir. Üçüncü aşama çerçeve sorunlar vasıtasıyla motivasyonun uyandırılması safhasıdır. Motivasyon kaynağı olan çerçeve sorun ise aslında hareketin de çıkış sebebi olan terör olaylarıdır. Dördüncü aşama olan engellerin kaldırılması yürüyüş için valilikten alınan izin, ulaşım imkânları gibi lojistik desteğin sağlanması ile yerine getirilmiştir. Son aşama olan hareketin aktif hale getirilmesi de 17 Eylül 2015 tarihinde Sıhhiye'de icra edilmiş, birçok ulusal ve yerel medya faaliyeti canlı olarak izlemiştir.

6 Bursa Ticaret ve Sanayiciler Odası

Hareketin amaçları arasında devlet ve iktidara karşı bir duruş olmayışı da kaynak mobilizasyonu kuramına yatkınlığının bir başka sebebidir. Nitekim Işık (2011) yeni toplumsal hareketler kuramının temel niteliklerini izah ederken; “devlet veya bir siyasi parti iktidarının kavramsal esası toplumsal hareketlerin temel hedef ve mahiyetlerine aykırıdır. Bu hareketler mensuplarının devlet ve devlete ilişkin kurumlar tarafından adaletsiz bir şekilde esirgendiğinden savundukları maddi ve manevi amaçlar doğrultusunda örgütlenmektedirler” ifadeleri ile toplumsal hareketlerin egemen güce karşı olan duruşlarının üzerinde durmuştur. Ancak THKE hareketinin amaçları arasında devlet ve devlet kurumlarına karşı bir duruş bulunmamaktadır. Aksine, iktidar partisi tarafından eylemin gerçekleştiği tarihten üç gün sonra İstanbul’da aynı isimle Cumhurbaşkanı ve Başbakanın da katılımlarıyla bir miting gerçekleştirilmiş ve aynı sosyal medya hesaplarını kullanmak suretiyle katılımcılar arasında iletişim kurulmuştur. Bu hususlar tartışılan hareketin devlet ve hükümet tarafından da destek gördüğünün birer göstergesidir. Bütün bu özellikler göz önüne alındığında THKE hareketinin kaynak mobilizasyonu yaklaşımı ile değerlendirilmesinin daha uygun olacağı kıymetlendirilmektedir.

THKE Hareketinde Kolektif Kimlik ve Sosyal Medya

Ortak Kodların Kullanılması

Toplumsal hareketlerin katılımcıları tarafından kullanılan, onları aynı amaç etrafında birleştiren, ne için direndiklerini, neye karşı duruş sergilediklerini, ne istediklerini, bu harekete katılarak hangi kimliğe dönüştüklerini ifade eden ortak kodlar kullanılmaktadır. Bu kodlar katılımcıları bir bütün yaparken hareketin taleplerini de topluma anlatır. Kolektif kimliğin oluşturulmasında aktif rol oynayan ortak kodlar çeşitli “isimler, sloganlar, semboller, ritüeller, giyim tarzı gibi kültürel objeler ile ifade edilir” (Poleta ve Jasper, 2001). Kawada (2015) da; kolektif kimliğin oluşturulmasında ideolojik çerçeve veya informal davranış kuralları gibi kodların kullanıldığını ve bu kodlardan sadece hareketin ideolojisi ve hedeflerinin değil aynı zamanda ritüeller ve uygulamaların kodlanmasında da faydalandığını belirtmiştir. Bu kapsamda kodlar aracılığıyla eylemde uyulması gereken kurallar, yapılacak ve yapılmayacak faaliyetler de belirtilir.

THKE hareketinde de kolektif kimliğin oluşturulduğu kodların kullanıldığı gözükmektedir. 14 Eylül 2015 tarihinde yapılan basın açıklamasında TOBB Başkanı Rifat Hisarcıklıoğlu “Hep bir ağızdan teröre hayır, kardeşliğe evet diyeceğiz” sözleri ile yapılması planlanan toplumsal hareketin talebini ifade eden sloganı ilan etmiştir. Bahse konu sloganın yanı sıra eylemde kullanılacak tek simgenin Türk bayrağı olacağı ve başka hiçbir simgenin alanda bulunmayacağını “Buluşmamızda hiçbir siyasi görüşün veya sivil toplum kuruluşunun simgesi olmayacak. Sadece; birliğimizin, bütünlüğümüzün ve bağımsızlığımızın simgesi olan ay yıldızlı bayrağımızı taşıyacağız” sözleriyle ifade etmiştir. Yine aynı basın toplantısında “Terörü lanetleyecek; kardeşliğimize, özgürlüklerimize, geleceğimize sahip çıkacağız” sözleriyle yapılacak faaliyetin ne olduğu dile getirilmiş, “O gün farklılıklarımıza değil ortaklıklarımıza, umut dolu geleceğimize odaklanacağız” ifadeleri ile ortak noktaların önemine vurgu yapılmıştır. Bu sayede hem ortak simgenin ne olduğu ortaya konmuş hem de uyulması gereken kurallar da açıkça katılımcılara ilan edilmiştir.

İcra edilen basın açıklamasının yanında sosyal medya da enformasyonun yayılmasına hız katması ve geniş kitlelere ulaşım kolaylığı sağlaması özelliğiyle kolektif kimliğin oluşturulmasında etkin olarak kullanılmıştır. Bu kapsamda, hareketin temel kodlarının sosyal medya aracılığıyla yayılmasına Birtek’in (2015) “Komşunu bayrağını al da gel” paylaşımı, hareketin resmi Tweetler hesabı tarafından yapılan “Bu büyük buluşmada birliğimizin ve bütünlüğümüzün simgesi ay yıldızlı al bayrağımızı taşıyacağız.” (Bayrağını Al Gel,2015) paylaşımı, Semagun’un (2015)

“Kardeşlik yürüyüşümüzde tek bir slogan var #terörehayırkardeşliğeevet” paylaşımı örnek olarak değerlendirilebilir.

Sosyal medya aracılığıyla hareketin amacı ve talepleri de dile getirilmiştir. Örneğin; Angiad’ın (2015) “Akan kanın artık durmasını istiyoruz” paylaşımı ve Erdoğan’ın (2015) “Terör istemiyoruz, hep insanca yaşamak istiyoruz...” paylaşımı terör saldırılarının son bulmasını arzu edildiğini ifade eden ve hareketin ortak amacının belirtildiği paylaşımlardır.

Kolektifin Sınırlarının Çizilmesi

Kolektif kimlik harekete katılımı arttırmak maksadıyla hem kapıların açık olduğunu ifade etmek hem de kendisinin karşısında olanları kesin bir şekilde ayırmak için ‘biz’ dilini kullanmaktadır. Bu sayede üyeler arasında bir birliktelik oluşturulmaktadır. Işık’a (2015) göre; “toplumsal harekete katılan kişiler, diğerlerine ya da rakiplerine karşı açıkça biçimlenmiş, grup için sınır görevi yapan biz duygusuna sahiptirler” (27-28). Bu durumu Poletta ve Jasper (2001) ‘biz’ dilinin kullanılması ile katılımcıların birbirine bağlanması, paralelinde de harekete katılmayan ‘diğerleri’ ile katılımcıların arasındaki sınırın net bir şekilde çizilmesi olarak açıklamaktadır.

THKE hareketinde de biz dili hem kolektifi oluşturan katılımcıların bütünleşmesi ve diğerlerinin ayrılması hem de yeni katılımcıların kabulü için kullanılmıştır. Bu kapsamda, Hisarcıklıoğlu (2015); “Hepimiz bu ülkenin evlatlarıyız, birbirimizin kardeşiyiz. Bu vatan, bu ülke, bu bayrak hepimizin. Bayrağını al gel” şeklindeki paylaşımı ile biz dilini daha geniş kitleleri harekete davet etmek için kullanmıştır. Palandöken (2015) ise “Türkiye’nin dört bir tarafından 17 Eylül Perşembe günü Sıhhiye’de toplanıyoruz” diyerek biz dilini kullanmaktadır. Hareketi oluşturan kolektifin ne kadar geniş bir kitle olduğu ise “İşçiyiz, işvereniz, esnafız, memuruz, emekliyiz, çiftçiyiz; doğuyuz, batıyız, kuzeyiz, güneyiz. Biriz, beraberiz, terörü birlikte lanetliyoruz” (Bayrağını Al Gel,2015) paylaşımı ile dile getirilmiş ve hareketin destekçilerinin kimliğinin önemli olmadığı, yeni kolektif kimliğin ise birlik anlamına geldiği vurgulanmıştır. Yine sosyal medyada yapılan “Hangi dine, ırka, mezhebe vs mensup olursan ol #TeröreHayırKardeşliğeEvet demek; insanlığa olan aidiyet duygumuzu gösterir. Duygunu göster bence” (Bu Hikayede Peri Yok,2015) paylaşımı da kolektifin başka katılımcıları da davet etmesine örnek teşkil etmektedir.

Kolektif kimliğin oluşturulmasında kullanılan biz dilinin diğerlerini dışlayıcı özellikler taşıması hususu hareketin önderleri olan STK liderlerince veya hareketin resmi Twitter adresince paylaşılan ifadelerde kullanılmadığı aksine “Bu büyük buluşmaya tüm halkımızı ve tüm sivil toplumu davet ediyoruz. Bize katılmayan milyonları da o gün Türkiye’nin her karışını al bayrağımızla donatmaya çağırıyoruz.” (Basın açıklaması,2015) gibi ifadeler ile diğerlerinin de bir şekilde harekete destek vermeye davet edildiği görülmektedir. Ancak hareketin bireysel katılımcıları tarafından diğerlerinin dışlanması yaklaşıma sıklıkla başvurulduğu tespit edilmiştir. “Türk Kürt kardeşler. PKK kalleştir” (Aslan,2015) ve “Onlar iç karışıklık çıkarmadan savaşacak kadar cesur değiller. Bizi ayırma çabaları bu yüzden” (SlvrAtby,2015) paylaşımları bu hususa birer örnek teşkil etmektedir.

Bauman (1998) günümüz toplumsal hareketlerinde aktif yer alan internet vasıtasıyla oluşturulan sanal cemaatlerin gerçeklikle ilişkilerinin kaçınılmaz olarak kırılmalı ve zayıf olduğunu, yüz yüze ilişkilerdeki gibi sıkı bir ağla örülmemiş olduğundan büyük ölçekli bir cemaatin birliğinin ancak inançlara ve duygulara yapılan sürekli çağrılarla ayakta tutulabileceğini belirtmiştir (akt. Poleta ve Jasper, 2001). Bahse konu toplumsal hareketin kolektif kimliğinin korunması ve güçlenmesi için de kodlar devamlı tekrar edilmiş, kolektifin devamlı büyüdüğünü ifade eden paylaşımlar sosyal medyada yayılmıştır. Örneğin; “#teroerehayırkardeşliğeevet diyenlerin sayısı hızla artıyor. Tüm Türkiye 17 Eylül’de 16:30’da Ankara Sıhhiye’de” (Bayrağını Al Gel,2015)

şeklindeki paylaşımlar tekrar edilerek hareketin devamlı büyüdüğü, katılımların arttığı ifade edilmiş katılımcıların yalnız olmadıkları hissettirilmiş ve kolektif kimlik güçlendirilmeye çalışılmıştır.

Sorumluluk Duygusunu Uyandırma

“Toplumsal hareket eyleme geçmemiş ancak harekete duyarlı gruplar için özel bir konuma sahiptir. Bilhassa haksızlığa karşı ortak duygular besleyen duyarlı gruplar, benzer özellikler taşıyan bireylerin toplanması ile oluşmaktadır” (Işık,2015,s.3). Bu kapsamda aynı fikirleri taşıyan ancak daha harekete geçmemiş bireyleri de harekete katmak maksadıyla kolektif kimlik, katılımcılarda sorumluluk duygusu ortaya çıkarmak, onların da bir şeyler yapması gerektiği hissini uyandırmak için çaba sarf etmektedir. Bahse konu toplumsal harekette de 14 Eylül 2015 tarihinde yapılan basın toplantısında “Demokrasi; hak ve özgürlük demektir, ama aynı zamanda da sorumluluk demektir. Sorumluluk almadan, hak ve özgürlük olmaz. İşte bu sorumluluk duygusuyla harekete geçiyoruz” (Basın açıklaması,2015) ifadeleri ile terör saldırılarından rahatsız olan her bireyin taşın altına elini koyması gerektiği vurgulanmıştır.

Sorumluluk duygusunun uyandırılması için sıklıkla sen zamirine de başvurulmaktadır. “#terorehayaırkardesliğeevet diyorsan sen de bu yürüyüşe katıl, şehidinin kanını yerde bırakma.” (Mağrur Kazak,2015) ve “Hepimiz aynı evdeyiz. Yangını hepimizin söndürmesi gerek” (Gökhan,2015) paylaşımlarında kullanılan sen dili de bireylerin sorumluluk duygularına seslenerek onları harekete davet etmektedir.

Sonuç

Günümüzün toplumsal hareketleri farklı iki yaklaşım ile incelenmiştir. Kaynak mobilizasyonu kuramı toplumsal hareketleri, ortak çıkarlara sahip bireylerin bir maliyet analizi neticesinde alınan stratejik bir karar ile katıldığı ve önceden örgütlenmiş yapılara sahip eylemler olarak görürken; yeni toplumsal hareketler kuramı ise bu eylemlerin örgütsel bir yapılanmasının bulunmadığını ve kolektif kimlik kavramı etrafında oluştuğunu savunmaktadır.

Bu kapsamda kolektif kimlik kavramının yeni toplumsal hareketler kuramınca sahiplenildiği fakat kaynak mobilizasyonu kuramınca göz ardı edildiği düşünülmektedir. Ancak, kaynak mobilizasyonu kuramı penceresinden bakıldığında dahi kolektif kimlik kavramının toplumsal hareketlerin başarısında ne denli etkili bir faktör olduğu görülecektir. Zira toplumsal hareketler hangi açıdan bakılırsa bakılsın varlıklarını kabul ettirmek, karşı duruş sergiledikleri konuyu, talep ve amaçlarını dünyaya anlatabilmek, katılımcılarına birlik ruhunu aşlamak, onları ortak amaca doğru seferber etmek, potansiyel katılımcılarını da hareketin içine çekebilmek ve bu sayede daha da güçlenmek maksadıyla kolektif kimlik oluşturma ve faaliyetlerini bu kimlik etrafında organize etme eğilimindedirler. Kolektif kimlik ile yaratılan duygusal atmosfer bazı durumlarda avantajları yönünde dahi eyleme geçmekten gıpta eden bireyleri harekete geçirecek itici gücü vermektedir.

Toplumsal hareketler için bu denli önemli olan kolektif kimliğin oluşturulması ve dünyaya duyurulabilmesi için medyaya ihtiyaç duymaktadırlar. Gelişen dijital teknoloji ile günlük hayatımızın her anına girmeye aday olan sosyal medya, enformasyonun hızlı yayılması, iletişim maliyetlerin az olması, kolay üye olunabilirlik, katılımcılara anonim kalma imkânı sunması gibi özelliklerle toplumsal hareketler tarafından da kolektif kimliğin oluşturulması amacıyla tercih edilmektedir.

Katılımcılar, sosyal medya vasıtasıyla farklı sanal cemaatlere kolaylıkla girebilmekte, kendi düşüncelerini gerçek kimliklerini gizleyerek rahatlıkla ifade edebilmektedirler. Aynı mantıkla toplumsal hareketler de sosyal medyada sanal cemaat görünümüne girmişlerdir. Ancak kolay ve hızlı bir şekilde üye olabilme imkanı sunan sanal cemaatler aynı kolaylıkla ters yönlü harekete de açık olması sebebiyle tam bir güven teşkil etmemektedir. Bu kapsamda toplumsal hareketler sosyal medyayı kolektif kimliğin oluşturulmasında kullanmış ancak asıl gücünü yine gerçek bireylerden almıştır.

Bu kapsamda, kaynak mobilizasyonu kuramı ile değerlendirilen THKE hareketinde de kolektif kimliğin oluşturulduğu ve bu yönde sosyal medyanın aktif olarak kullanıldığı tespit edilmiştir. Organizatörler tarafından açılan iki adet Twitter adresi, resmi internet sitesinde ve medyada yayınlanan afişlerde belirtilerek, katılımcıların içerik paylaşması teşvik edilmiştir. Bu adresler incelendiğinde, yapılan ilk basın toplantısı sonrasında paylaşımların başladığı, özellikle eylemin icra edildiği gün yoğunlaştığı görülmektedir.

Hareket oluşturduğu kolektif kimlik kapsamında kullanılacak ortak kodları belirlemiştir. Örneğin kendisine tek sembol olarak seçtiği Türk bayrağının bütünleştirici gücü ve yine tek slogan olarak seçtiği 'teröre hayır kardeşliğe evet' ifadesinin taşıdığı kardeşlik vurgusu ile katılımcıları ve potansiyel destekçileri bir bütün olmaya davet ederken, hareketin amacının terör olaylarının son bulması olduğunu da açıkça ortaya koymaktadır. Bununla beraber, organizatörler tarafından belirlenen bu ortak kodlar katılımcıların uyması gereken kuralları da ifade etmekte ve yapılmaması gerekenleri de hatırlatmaktadır.

Kolektif kimlik kapsamında hareketin sınırları belirlenirken, organizatörlerce kullanılan ifadelerde hem katılımcılar arasında birleştirici etki yaratan hem de potansiyel destekçilere bir davet niteliği taşıyan 'biz' dilinin hâkim olduğu, ancak bireysel katılımcıların paylaşımlarında ise aynı 'biz' diline, 'diğerlerini' düşmanlaştırmak maksadıyla da başvurulduğu tespit edilmiştir. Potansiyel destekçilerin de harekete geçmelerini sağlamak maksadıyla bireylerde sorumluluk duygusunu ortaya çıkartacak 'sen' zamirini içeren ifadelerin de sıklıkla kullanıldığı görülmüştür.

THKE hareketi sosyal medya vasıtasıyla yaratmış olduğu kolektif kimlik ile kısa zamanda kamuoyunda geniş yankı uyandırmıştır. Ancak ne yazık ki, hareket gerek gerçek meydanlarda gerekse sosyal medyada uzun soluklu bir oluşum yaratamamıştır. Hareketin amacına ulaşım ulaşmadığı araştırmanın konusu içinde değildir fakat dile getirdiği talep ile teröre karşı toplumda bir farkındalık yaratma anlamında başarılı olduğu kıymetlendirilmektedir.

Kaynaklar

Angiad. [@Angiad1991]. (16 Eylül 2015). Akan kanın artık durmasını istiyoruz @SEMZFAT-MA @milliyet #terorehayırkardeşliğe evet @bayraginialgel [Tweet]. <https://twitter.com/angiad1991/status/644075090481672192>, Erişim Tarihi: 13 Aralık 2015.

Aslan, M. [@abdulmesut]. (14 Eylül 2015). Türk Kürt kardeşdir. PKK kalleştir. #terorehayırkardeşliğe evet [Tweet]. <https://twitter.com/abdulmesut/status/643364105525555200>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015.

Basın açıklaması. (2015). <http://www.terorehayırkardesligeevet.org/aciklama.html>, Erişim Tarihi: 10 Aralık 2015.

Bayrağını Al Gel. [@Bayraginialgel]. (14 Eylül 2015). #terorehayırkardesligeevet diyenlerin sayısı hızla artıyor. Tüm Türkiye 17 Eylül'de 16:30'da Ankara Sıhhiye'de. [Tweet]. <https://twitter.com/bayraginialgel/status/643804218340548608>, Erişim Tarihi: 10 Aralık 2015.

Bayrağını Al Gel. [@Bayraginialgel]. (15 Eylül 2015). Bu büyük buluşmada birliğimizin ve bütünlüğümüzün simgesi ay yıldızlı al bayrağımızı taşıyacağız. #teroerehayirkardesliğeevet [Tweet]. <https://twitter.com/bayraginialgel/status/643806359188819968>, Erişim Tarihi: 10 Aralık 2015.

Bayrağını Al Gel. [@Bayraginialgel]. (15 Eylül 2015). Doğduğumuz şehirler farklı olabilir ama bu ülke hepimizin. Terör her şeyi yıkar, kardeşlik herkese kazandırır. #teroerehayirkardesliğeevet [Tweet]. <https://twitter.com/bayraginialgel/status/643806256008949760>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015.

Bayrağını Al Gel. [@Bayraginialgel]. (15 Eylül 2015). İşçiyiz, işvereniz, esnafız, memuruz, emekliyiz, çiftçiyiz; doğuyuz, batıyız, kuzeyiz, güneyiz. Biziz, beraberiz, terörü birlikte lanetliyoruz [Tweet]. <https://twitter.com/bayraginialgel/status/643805960218255360> Erişim Tarihi: 13 Aralık 2015.

Birtek,M. [@MBirtek1]. (14 Eylül 2015). “Komşunu bayrağını alda gel. #TeröreHayırKardeşliğeEVET [Tweet]. <https://twitter.com/MBirtek1/status/643338991006294016>, Erişim Tarihi: 13 Aralık 2015.

Bu Hikayede Peri Yok. [@Yiydeli]. (17 Eylül 2015). Hangi dine, ırka, mezhebe vs mensup olursan ol #TeröreHayırKardeşliğeEvet demek; insanlığa olan aidiyet duygumuzu gösterir. Duygunu göster bence [Tweet]. <https://twitter.com/Yiydeli/status/644517661523755008>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015.

Burkay,İ. [@Ibrahim_Burkay].(15 Eylül 2015). Yarın, BTSO olarak şanlı Türk Bayrağımızı Bursa esnafımıza ve halkımıza dağıtarak hep birlikte #terörehayirkardesliğeevet diyoruz [Tweet]. https://twitter.com/Ibrahim_Burkay/status/643808064395714560, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015.

Castells,M.(2003).Enformasyon çağı: Ekonomi, toplum ve kültür: Ağ toplumunun yükselişi. (çev.E.Kılıç). İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları

Conover,M.D., Ferrara,E., Menczer,F. ve Flammini,A.(2013). The digital evolution of occupy wall street.Plos One. 8,5,1-5

Çalı, H.H.(2006). Çevreci toplumsal hareket olarak Greenpeace- Türkiye hareketi. (Doktora tezi). Ankara Üniversitesi.

Değirmenci,Y. [@Yavuzdegirmenci]. Hepimizin ortak geleceği için. #TeröreHayırKardeşliğeEvet [Tweet]. <https://twitter.com/yavuzdegirmenci/status/644483859380314112>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015.

Ersayın,G.[@06Gorki].(17 Eylül 2015). Bir mitingi Halk tv, Cnn Türk, ahaber aynı anda yayınlıyorsa amacına ulaşmıştır. İlk kez şahit oldum. #TeröreHayırKardesliğeEvet [Tweet]. <https://twitter.com/06Gorki/status/644516866401153024>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015.

Erdoğan [@ErdoganKartal__]. (16 Eylül 2015). #teroerehayirkardesliğeevet terör istemiyoruz hep insanca yaşamak istiyoruz türkü kürdü alevisi sünisi [Tweet]. https://twitter.com/ErdoganKartal__/status/644166269671968768, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015.

Gerbaudo,P. ve Trere, E.(2015). In search of the ‘we’ of social media activism: introduction to the special issue on social media and protest identities. Information, Communication & Society. 18,8, 865–871. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1043319

Gökhan. [@GokhanTemel]. (17 Eylül 2015). Hepimiz aynı evdeyiz. yangını hepimizin söndürmesi gerek.. #TeröreHayırKardeşliğeEvet [Tweet]. <https://twitter.com/GokhanTemel/status/644490086395060224>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015.

Hisarcıklıoğlu,R. [RHisarciklioglu]. (16 Eylül 2015). Hepimiz bu ülkenin evlatlarıyız, birbirimizin kardeşiyiz.Bu vatan, bu ülke, bu bayrak hepimizin.Bayrağını al gel #terörehayırkardeşliğeet [Tweet]. <https://twitter.com/RHisarciklioglu/status/644165317007163392>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015.

Holland,D.,Fox,G.,Daro,V. (2008). Social movements and collective identity: A decentered, dialogic view. *Anthropological Quarterly*. 81,1,95-126.

Işık,G.(2011). Toplumsal hareketler:Politikadan edebiyata, sanattan sinemaya, medyadan toplumsal algıya teorik ve pratik analizler ve yansımalar. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Işık,G.(2015). Sanaldan sokağa toplumsal hareketler. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Kawada,A.(2015). Creating the collective: social media, the Occupy Movement and its constitution as a collective actor. *Information, Communication & Society*.18,8,872–886. DOI: 10.1080/1369118X.2015.1043318

Mağrur Kazak.[@magrurk]. 17 Eylül 2015). #terörehayırkardesliğeet diyorsan sen de bu Yürüyüşe katıl, şehidin kanını yerde bırakma [Tweet]. <https://twitter.com/magrurk/status/644367431528509440>, Erişim Tarihi: 13 Aralık 2015.

Melucci, A.(1985). The symbolic challenge of contemporary movements. *Social Research*, 52(4), 789-816.

Özen, H. (2015). Meydan hareketleri ve ‘eski’ ve ‘yeni’ toplumsal hareketler. *Mülkiye Dergisi*. 39(2), 11-40

Papaioannou,T., ve Olivos,H.E.(2013). Cultural identity and social media in the Arab Spring: Collective goals in the use of Facebook in the Libyan context. *Journal of Arab & Muslim Media Research*.6(2-3),99-114.

Palandöken,B. [B_PALANDOKEN]. (14 Eylül 2015). Türkiye’nin dört bir tarafından 17 Eylül Perşembe günü Sıhhiye’de toplanıyoruz. #terörehayırkardeşliğeet [Tweet]. https://twitter.com/B_PALANDOKEN/status/643338995603230720, Erişim Tarihi: 13 Aralık 2015.

Polatlı Ticaret Odası [PolatlıTicOdasi].(15 Eylül 2015). #TeröreHayırKardeşliğeEVET 14:00’da Polatlı T.O. önünden otobüslerle hareket edilecektir [Tweet]. <https://twitter.com/PolatliTicOdasi/status/643655044915707904>, Erişim Tarihi: 13 Aralık 2015.

Poletta,F., Jasper,J.M.(2001). Collective identity and social movements. *Annual Reviews*. 27,283-305.

Semagun. [semagun_]. (17 Eylül 2015). Kardeşlik yürüyüşümüzde tek bir slogan var #terörehayırkardeşliğeet [Tweet]. https://twitter.com/semagun_/status/644518141687689216, Erişim Tarihi: 13 Aralık 2015.

SlvrAtby. [SlvrAtabey]. (14 Eylül 2015). #terörehayırkardeşliğeet onlar iç karışıklık çıkarmadan savaşacak kadar cesur değiller. bizi ayırma çabaları bu yüzden... [Tweet]. <https://twitter.com/SlvrAtabey/status/643365516103524352>, Erişim Tarihi: 13 Aralık 2015.

Subaşı,N.(2005). İnternet ve sanal cemaat tartışmaları. M.Binark ve B.Kılıçbay (Ed.), İnternet, toplum,kültür (s.106-117). Ankara:Epos Yayınları

Teröre Hayır Kardeşliğe Evet.(2015). <http://www.terorehayirkardesligееvet.org/haber-03.html>, Erişim Tarihi: 12 Aralık 2015.

Tilly,C.(1977). From mobilization to revolution. (s.1-10).Michigan: University of Michigan.

Timisi,N.(2003). Yeni iletişim teknolojileri ve demokrasi. Ankara: Dost Kitabevi.

Timisi,N.(2005). Sanallığın gerçekliği internetin kimlik ve topluluk alanlarına girişi. M.Binark ve B.Kılıçbay (Ed.), İnternet, toplum,kültür (s.89-105). Ankara:Epos Yayınları

Tucker,C. (2013). Using social network analysis and framing to assess collective identity in the genetic engineering resistance movement of Aotearoa New Zealand. Social Movement Studies.12,1,81-95.